

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٠م = ٢٤٥٦, معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠م = ٢,٠١ دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الثالث والثلاثون - أبريل/ يونيو ٢٠٢١م

بحوث باللغة الإنجليزية:

■ الفلسطينيون في الصحافة الأمريكية: دراسة مقارنة

د. سمر إسماعيل حافظ الشنار (جامعة النجاح الوطنية) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- المحددات الاجتماعية لجودة علاقات العلامة التجارية من منظور الاتصالات التسويقية المتكاملة
أ.م.د. أحمد محمد خطاب (جامعة القاهرة) ... ص ١٣
- اتجاهات المغردين المصريين نحو قضايا التعليم في ظل جائحة كورونا: تحليل شبكة تويتر
أ.م.د. جيهان سيد يحيى (الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري) ... ص ٥٧
- اتجاهات الجمهور نحو الرسائل الترويجية عبر تويتر ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الطيران الاقتصادية
أ.م.د. خلود عبد الله ملياني (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٠١
- التجاوزات في فيديوهات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها
د. مؤمن جبر عبد الشافي (جامعة عين شمس) ... ص ١٢٧
- أداء الصحافة المصرية أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) في ميزان خبراء الصحافة والإعلام: دراسة تقييمية
د. دعاء عبد الحكم الصعيدي (جامعة الأزهر) ... ص ١٨٧
- واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول
د. إسراء صابر عبد الرحمن (جامعة سوهاج) ... ص ٢٥١
- دور الأنشطة الاتصالية الموجهة للأطفال ذوي الإعاقة في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد ١٩): دراسة حالة لمركز رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة بجامعة عين شمس
د. مروى عبد اللطيف عبد العزيز (جامعة عين شمس) ... ص ٢٧٧
- تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق (التيك توك) وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن: دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين
د. ولاء محمد محروس الناعلي (جامعة بورسعيد) ... ص ٣٣٩
- فعالية الإعلام العربي في مواجهة التحديات الأمنية
عمار محمد عبد الأمير (جامعة بغداد) ... ص ٤٠٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢١ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العنادة (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنباتات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالتّرقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تقيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها اثنان وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيبكان - معرفة).

وفي العدد الثالث والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالعدد "الثالث والثلاثين" من المجلة، ومن جامعة النجاح الوطنية بفلسطين، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية تحت عنوان: "الفلسطينيين في الصحافة الأمريكية: دراسة مقارنة"، وهو مقدم من: د. سمر إسماعيل الشنار، من فلسطين.

ومن جامعة القاهرة، قدّم: أ.م.د. أحمد محمد خطاب، من مصر، بحثًا بعنوان: "المحددات الاجتماعية لجودة علاقات العلامة التجارية من منظور الاتصالات التسويقية المتكاملة".

ومن الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، قدّمت: د. **جيهان سيد يحيي**، من مصر، دراسة تحليلية بعنوان: "اتجاهات المغردين المصريين نحو قضايا التعليم في ظل جائحة كورونا.. تحليل شبكة تويتر".

ومن السعودية من جامعة الملك عبد العزيز، قدّمتا: أ.م.د. **خلود عبد الله ملياني**، **بشاير عوض الجعيد** دراسة تحت عنوان: "اتجاهات الجمهور نحو الرسائل الترويجية عبر تويتر ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الطيران الاقتصادية".

أما د. **مؤمن جبر عبد الشافي** من جامعة عين شمس، من مصر، قدّم: بحثًا بعنوان: "التجاوزات في فيديوهات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها". ومن جامعة الأزهر، قدّمت د. **دعاء عبد الحكم الصعيدي**، من مصر، بحثًا تحت عنوان: "أداء الصحافة المصرية أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) في ميزان خبراء الصحافة والإعلام: دراسة تقييمية".

أما د. **إسراء صابر عبد الرحمن** من جامعة سوهاج، من مصر، قدّمت بحثًا بعنوان: "واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول". ومن جامعة عين شمس، قدّمت د. **مروى عبد اللطيف عبد العزيز**، من مصر، دراسة حالة لمركز رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة بجامعة عين شمس بعنوان: " دور الأنشطة الاتصالية الموجهة للأطفال ذوي الإعاقة في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد ١٩)".

بينما تناولت د. **ولاء محمد محروس الناعي**، من جامعة بورسعيد، من مصر، دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين بعنوان: "تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق (التيك توك) وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن".

وأخيرًا وبغرض استكمال مناقشة أطروحة الدكتوراة قدّم **عمار محمد عبد الأمير**، جامعة بغداد، من العراق، بحثًا بعنوان: فعالية الإعلام العربي في مواجهة التحديات الأمنية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق (التيك توك)
وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن:
دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين**

إعداد

د. ولاء محمد محروس الناعي (*)

(*) مدرس الإعلام التربوي في كلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.

تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق (التيك توك) وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن: دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين

د. ولاء محمد محروس الناعي

welnaghi@gmail.com

جامعة بورسعيد

ملخص:

تهدف الدراسة التعرف على مدى تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن في إطار "نموذج تأثيرية الآخرين"، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقامت الباحثة بتطبيق منهج المسح الإعلامي بالعينة مستخدمة أداة الاستبيان في جمع البيانات على عينة الدراسة البالغ قوامها (٢٠٠) مفردة والتي تم اختيارها بطريقة عمدية من المراهقين المستخدمين للتطبيق وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها:

- ١- وجود فروق دالة إحصائية في إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب فيه على التيك توك على أنفسهم من ناحية وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين من ناحية أخرى لصالح الآخرين.
 - ٢- عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين باختلاف النوع.
 - ٣- وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أصدقائهم وعلى الآخرين.
 - ٤- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية.
- وأوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية حول تطبيق التيك توك وتأثيراته المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: المراهقين - تطبيق (التيك توك) - الإرشاد التربوي - الاستخدام الآمن - نموذج تأثيرية الآخرين.

مقدمة:

استطاعت تطبيقات الهواتف الذكية خلال فترة وجيزة أن تستقطب الملايين من مستخدمي شبكات الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية وقد ساعدها على ذلك الإمكانيات والتقنيات التكنولوجية الحديثة التي تتيحها للمستخدم فأصبحت الأكثر استخدامًا وانتشارًا بين الأفراد بصفة عامة والشباب والمراهقين بصفة

خاصة الذين وجدوا فيها أداة تسمح لهم بالتعبير عن انفسهم دون قيود او املاء لمضمون محدد، فأصبحت تلك المواقع شريكاً أساسياً في عملية التنشئة الاجتماعية للأطفال والمراهقين والوسيط الأكثر تأثيراً في صنع ثقافته وتكوين سلوكه وعاداته.

ويعد تطبيق TikTok أحد تطبيقات الفيديوهاات القصيرة الذي استطاع أن يحوز علي اهتمامات الأفراد والمراهقين بصفة خاصة في وقت قصير مقارنة بالتطبيقات الأخرى فقد تم تحميل التطبيق لأكثر من ٦٦٠ مليون تحميل حول العالم وفقاً لتحليل بيانات sensor tower الذي يوفر بيانات حول تطبيقات الهواتف الذكية، وهو بذلك احتل المرتبة الأولى في متجر التطبيقات من حيث التنزيلات في جميع أنحاء العالم خلال الربع الأخير من عام ٢٠١٨م (sensor tower, 2018)

وفي ظل تعدد التطبيقات وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وتسارع الدول ومنافستها على احتكارها لتقديم الجديد منها بهدف جذب تلك الفئات يقع المراهقون ضحايا لسلبياتها وما تقدمه من أفكار وسلوكيات شاذة وشهرة مزيفة وتقليد أعمى.

وهو ما جعل خبراء الإعلام والتربية يحذرون من هذه التطبيقات وما تعرضه من محتوى غير مرغوب فيه عن طريق تداول مقاطع إباحية وألفاظ وسلوكيات تدعو لنشر الرذيلة وممارسة البغاء والانحراف من جانب، وعلى الجانب الآخر مقاطع تضم تحديات خطيرة تؤدي إلى الموت في بعض الأوقات بالإضافة إلى مشاهد دموية تدعم العنف والجريمة بعيدة عن عاداتنا وقيم مجتمعاتنا العربية وعن الآداب العامة.

ولأن قدرة المراهقين على إدراك هذه المخاطر هو خط الدفاع الأول لمواجهة سلبيات هذه التطبيقات فقد وجدت الباحثة ضرورة التعرف على مدى تأثيرية المراهقين بالمحتوى الغير مرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومدى موافقته على وجود رقابة تسمح بالاستخدام الآمن لهذه التطبيقات وهو ما اقترحتة الدراسة ومثلته في وجود الإرشاد التربوي سعياً لتحقيق الاستفادة من هذه التطبيقات وتجنب مخاطرها وذلك في إطار اختبار نموذج تأثيرية الآخرين.

الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على العديد من الدراسات السابقة فقد تم تقسيمها إلى محورين أساسيين:

المحور الأول: الدراسات الخاصة بتطبيق نظرية تأثيرية الآخرين.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تطبيق التيك توك.

أولاً: الدراسات الخاصة بتطبيق نظرية تأثيرية الآخرين:

دراسة (الدهمشي، ٢٠١٧م) مدركات الشباب السعودي نحو مخاطر التعرض للمحتوي الإباحي عبر الإنترنت في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث واعتمد على منهج المسح وطبقت على عينة عمدية قوامها (١٥٩ مفردة) من الشباب السعودي في مرحلة التعليم الثانوي والجامعي وتوصلت إلى عدة نتائج منها: تدعيم الشباب السعودي لحجب الدولة لتلك المواقع بهدف حماية تأثيراتها السلبية التي تتنافى مع المعتقدات الدينية.

كما توصلت **دراسة (صالح، ٢٠١٧م)** في تعرض الشباب المصري للمواقع الإباحية على شبكة الإنترنت، والتي طبقت على عينة من الشباب الجامعي من جامعة القاهرة وأكاديمية الشروق قوامها (٤٤٠ مبحوثاً) بالإضافة إلى عينة من مجموعة النقاش المركزة والتي شملت (٨ شباب من الذكور والإناث) إلى: ارتفاع معدلات تعرض الذكور للمواقع الإباحية حيث يشاهدونها بصفة يومية وجاء هذا التعرض مقصوداً ومرتباً، في حين انخفضت نسب تعرض الفتيات لهذه المواقع وتمثل التعرض في التعرض الغير مقصود العرضي أثناء التجول في الإنترنت.

في حين تناولت **دراسة (Tsay, 2016)** التأثيرات المدركة لمستخدمي الفيس بوك على أنفسهم وعلى الآخرين واختبرت العلاقة بين العوامل الديمغرافية للمبحوثين ومدى إدراكهم لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم وعلى الآخرين، واستخدمت الدراسة منهج المسح وطبقت على عينة من مستخدمي الفيس بوك قوامها (٣٧٥ مبحوثاً) ممن تتراوح أعمارهم بين (١٨:٥٥ عاماً) واستخدم في التطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أن هناك علاقة ارتباطية بين الفجوة الإدراكية ومتغيري النوع والفئة العمرية للمبحوثين، حيث جاءت نسب تأثر الذكور بالرسائل الإعلامية على الفيس بوك أعلى من الإناث، كما أكدت النتائج على اتساع الفجوة الإدراكية لدى المبحوثين بزيادة الفئة العمرية حيث يعدون أنفسهم أقل تأثراً بالرسائل الإعلامية.

واستهدفت **دراسة (البطريق، ٢٠١٦م)** تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٠٠ مفردة) من الشباب تم اختيارهم بطريقة عمدية ممن يتعرضون للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وتم استخدام أداة الاستبيان وتوصلت لعدة نتائج منها: إن الشباب العربي يتعرضون بدرجة كبيرة للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً بنسبة ٧٩٪ بين متابعة منتظمة وغير منتظمة كما توصلت الدراسة لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثر سلوكهم الشخصي وإدراكهم لتأثر سلوك أقرب صديق لديهم ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثر سلوكهم الشخصي وإدراكهم لتأثر سلوك الآخرين.

أما دراسة (Golan, 2016) هدفت للتعرف على مدى إدراك الجمهور لتأثير الدعاية الإلكترونية التي يقوم بها تنظيم داعش لتجنيد الأفراد على أنفسهم وعلى الآخرين، ومدى تأييد المبحوثين لوضع قيود على المنصات الإعلامية الإلكترونية، واستخدمت الدراسة منهج المسح وطبقت على عينة من البالغين الأمريكيين قوامها (١٠٣٥ مبحوثاً) واستخدمت أداة الاستقصاء وتوصلت للعديد من النتائج أهمها: إدراك المبحوثين للتأثير المنخفض لهذه الدعاية الإلكترونية على أنفسهم مقارنة بالآخرين، كما خلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التحيز الإدراكي لدى المبحوثين ومدى تأييدهم لفرض قيود على المنصات الإعلامية الإلكترونية لمقاومة محاولات تنظيم داعش لتجنيد الآخرين وكذلك تأييد المبحوثين لوجود حملات مضادة عبر الإنترنت لتوعية الآخرين بما يقوم به تنظيم داعش.

وسعت دراسة (Chen, 2016) للتعرف على مدى إدراك المبحوثين لتأثيرات تعليقات الآخرين على الموضوعات الإخبارية في المواقع الإلكترونية على أنفسهم وعلى الآخرين، وطبقت الدراسة على عينة من مستخدمي المواقع الإلكترونية قوامها (٣٠١ مبحوثاً) مستخدمة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: حدوث فجوة إدراكية لدى المبحوثين وقناعتهم بتأثير هذه التعليقات على الاتجاهات السياسية للآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها على أنفسهم، كما اتضح وجود تأثيرات أعلى للشخص الثالث كلما زادت مسافة الاختلاف في التوجه السياسي بين الذات والآخرين.

وتطرقت دراسة (سالم، ٢٠١٥م) للتعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي لتأثيرات محتوى العنف السياسي علي استقرار المجتمع المصري واختبار العلاقة بين إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف واتجاهاتهم نحو فرض الرقابة عليه وطبقت الدراسة على عينة طبقية قوامها (٤٠٠ مفردة) من الشباب الجامعي واستخدمت منهج المسح والمقارن واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت لعدة نتائج أهمها: إن عرض محتوى العنف السياسي (له تأثير على استقرار المجتمع المصري) في الترتيب الأول يليه أن له (تأثير على سلوك الآخرين بصفة عامة) في الترتيب الثاني ثم (التأثير على سلوك أقرب صديق لديك) في الترتيب الثالث وفي الترتيب الأخير جاء (له تأثير على سلوكه الشخصي) وتمثلت اتجاهات المبحوثين نحو فرض رقابة على الانترنت بأن ذلك له (تأثير إيجابي على المجتمع المصري) في الترتيب الأول، (يساعد على استقرار المجتمع) في الترتيب الثاني ثم (له تأثير سلبي على حرية الرأي) في الترتيب الثالث و(يحدث توازن في عرض الصورة الواقعية للمجتمع) في الترتيب الرابع، وأخيراً جاءت (رفض الرقابة).

أما دراسة (Antonopoulos; Veglis; At all, 2015) فاختبرت تأثير محتوى المعلومات عبر المواقع الإعلامية الإلكترونية على الذات والأصدقاء والآخرين من خلال استطلاع عبر الإنترنت على عينة قوامها (٩١٥٠ مبحوثاً) من مستخدمي المواقع الإلكترونية مستخدماً استمارة الاستبيان الإلكتروني وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: إن لهذه المعلومات تأثيراً أكبر على الآخرين والأصدقاء من الذات، وتمثلت العوامل المؤثرة في التأثيرات في (العمر - المشاركة - المصادقية)،

وأكدت على أن الأخبار كلما اتسمت بمصادقية أكثر فإن التأثير الإيجابي يكون لصالح الذات أكبر من الآخرين.

وناقشت دراسة (Kamal, 2014) العلاقة بين التحيز الإدراكي لدى المبحوثين والعوامل الديمغرافية وذلك من خلال قياس إدراكهم لتأثير التعرض للمدونات على أنفسهم وعلى الآخرين، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٢٨) من المراهقين والشباب، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع المعلومات وتوصلت لعدة نتائج منها: إن المبحوثين نسبوا تأثيرات أعلى للمدونات على الآخرين بالمقارنة بأنفسهم وذلك في إطار تقدير الذات حيث أعطوا لأنفسهم قدرة على حمايتها من التأثيرات السلبية للمدونات، وتوصلت النتائج لوجود تأثير للعوامل الديمغرافية في حدوث تأثيرات الشخص الثالث، حيث وجد علاقة ارتباطية إيجابية بين متغير السن وحدث تأثيرات لصالح الفئة العمرية الأعلى.

ورصدت دراسة (Paradise, 2012) العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك وحدث تأثيرات الشخص الثالث على المبحوثين وتوصلت إلى إدراك المبحوثين لحدث تأثيرات سلبية ناتجة عن الفيس بوك ارتبطت بكثافة تعرض المبحوثين له، حيث أكد المبحوثون أن موقع الفيس بوك أثر بشكل سلبي في العلاقات الشخصية للآخرين وفي قدرتهم على العمل بينما لم يؤثر فيهم.

وجاءت دراسة (صابر، ٢٠١٠م) لتسلط الضوء على تعرض المراهقين للدراما الأجنبية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم واستخدم الباحث منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٠ مفردة) من المراهقين الذين يشاهدون الدراما الأجنبية واستخدمت أداة الاستبيان لجمع المعلومات وتوصلت لعدة نتائج أهمها: فيما يتعلق باعتقاد المبحوثين بتأثر سلوكهم الشخصي بمشاهدة السلوكيات المنحرفة المقدمة في الدراما الأجنبية بالقنوات الفضائية العربية، فقد جاءت درجة تأثرهم وفقاً لإجاباتهم أنهم يتأثرون بدرجة ضعيفة بمشاهدة التدخين وشرب الخمر وبمشاهد الإثارة الجنسية وبمشاهد العنف، ويعتقدون بتأثر سلوكهم الشخصي بدرجة ضعيفة جداً لتعاطي المخدرات بالدراما الأجنبية وبمشاهد الانتحار ولعب القمار، أما فيما يتعلق بتأثر الآخرين فيعتقدون بتأثر الآخرين بدرجة كبيرة بصفة عامة لكل من مشاهد (التدخين - تعاطي المخدرات - شرب الخمر - الإثارة الجنسية - مشاهد العنف - مشاهد القمار) وبدرجة متوسطة بمشاهد (الانتحار).

واختبرت دراسة (الكحي، ٢٠٠٧م) مدى إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو القنوات الفضائية ذات المضامين الروحية والغيبية بقناتي شهرزاد وكنوز، واعتمدت على منهج المسح وطبقت على عينة عمدية قوامها (٤٠٠ مفردة) من القطريين وغير القطريين ممن يشاهدون القناتين واستخدمت استمارة الاستبيان وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة بين إدراكهم لتأثر الشخص الثالث مقارنة بتأثيرها على أنفسهم، وارتفعت نسبة من يؤيدون ضرورة فرض رقابة على تلك القنوات بنسبة ٦٤,٢٪.

كما أوضحت دراسة (عبد المجيد، ٢٠٠٧م) العلاقة بين التحيز التقاؤلي وتأثير الشخص الثالث والتعرف على درجة تفضيل وثقة المراهقين في المواد الإباحية التي تعرض من خلال شبكة الإنترنت، واستخدمت منهجي المسح الإعلامي والعلاقات الارتباطية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢٣٩ مفردة) من المراهقين تم سحبها بأسلوب العينة المتاحة في إطار العينات غير الاحتمالية من مستخدمي الكمبيوتر. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: أظهرت النتائج اتجاه عينة الدراسة إلى الاعتقاد بأنهم أقل تأثيراً للمخاطر الصحية بالمقارنة مع أحسن صديق من حيث وجود علاقة جنسية مع صديق/ صديقة بنسبة ٤٢.٧٪، أما مقارنة بالتحيز التقاؤلي مع أقرب صديق وجد ارتفاع متوسط الإصابة بأذى أثناء قيادة السيارة بنسبة ٤٢.٩٪، كما أكدت على تفضيل عينة الدراسة للمواد الإباحية التي تعرض من خلال الإنترنت، وأظهرت النتائج ارتفاع نسبة متوسط تفضيل الأفلام والإعلانات والصور الإباحية مقابل الموضوعات ونوعيات الأفلام الأخرى.

بينما هدفت دراسة (عمارة، ٢٠٠٥م) إلى التعرف على تأثيرية الشخص الثالث فيما يتعلق بتأثير الأغاني التليفزيونية المصورة الفيديو كليب على عينة من الجمهور من محافظة القاهرة بلغت (٤٠٠ مفردة) تم سحبها بالطريقة العنقودية، وتم تطبيق منهج المسح، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية بين المكون الإدراكي والمكون السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث. كما أثبتت وجود فروق في إدراك تأثير الشخص الأول والشخص الثالث لأغاني الفيديو كليب وفرض الرقابة على الأغاني المصورة.

ثانياً: الدراسات التي تناولت تطبيق التيك توك:

دراسة (فتحي؛ عبد الغفار، ٢٠٢٠م) والتي سعت للتعرف على سمات المحتوى الاعلامي على تطبيق التيك توك من خلال عينة ممثلة في منصتي (صدي البلد، وواشنطن بوست) باعتبارهم أكبر المنصات الإخبارية العربية والأجنبية نشاطاً عبر تطبيق التيك توك واستخدما الباحثان أداة تحليل المضمون وقاما بعمل مسح شامل لكافة الفيديوهات المعروضة في التطبيق لمدة شهر يناير ٢٠٢٠م. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: إن المحتوى الإعلامي هو السائد في منصة واشنطن بوست بنسبة ٦٩.١٪ ثم المحتوى الترفيهي بنسبة ٢٤.١٪ ثم المضمون الاجتماعي، بينما يسيطر المضمون الفني ممثلاً في أخبار الفنانين وحياتهم الشخصية على المحتوى الإعلامي في منصة صدى البلد.

في حين تطرقت دراسة (عبد المعز، ٢٠٢٠م) إلى التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الفيديو القصير لدى الجمهور مستخدماً نظرية الاستخدامات والإشباع، وتم التطبيق على عينة من الجمهور العام تتراوح أعمارهم ما بين (١٢:٦٥ سنة) قوامها ٦١٤ مجزئاً تم سحبها بطريقة عشوائية واستخدم الاستبيان كأداة لجمع المعلومات. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: جاءت دوافع صناع المحتوى أنهم مستعدون لفعل أي شيء من أجل الشهرة والنجومية وكسب المال بنشر مقاطع

فيديوهات حتى لو تتنافى مع العادات والتقاليد، وأن الأهم لديهم هو إرضاء الجمهور للحصول على الإعجاب حتى لو لجأوا للتنمر أو التحرش أو الابتزاز، كما فشل صناع المحتوى من تحقيق الإشباع من استخدام هذه التطبيقات لما له من آثار سلبية تسببت في إدمان الاستخدام وترتب عليه التوتر والإجهاد والاكتئاب وإهمال الواجبات والأعمال الخاصة بالمستخدم، في حين تمثلت أضرار المستخدم الثانوي في الإدمان والأرق وقلة النوم واضطراب المزاج وتبدأ هذه المرحلة العمرية من الأقل من ١٨ عاماً.

وسعت دراسة (Omar;Dequan,2020) للتعرف على أنماط استخدام الجمهور لتطبيق التيك توك وذلك في إطار تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٥٨) مجوئاً ممن يقع سنهم بين (٢٠:٣٤) سنة واستخدم الباحثان استمارة الاستقصاء الإلكترونية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: إن المبحوئين الذين يقومون بإنشاء الفيديوهات على التيك توك دافعهم الأساسي هو التعبير عن أنفسهم وهو ما يشكل لديهم ولاء المستخدم والاستمرار في القيام بمزيد من الفيديوهات، كما تمثلت أهم دوافع المستخدمين في الهروب من ضغوط الحياة والتفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات.

أما دراسة (Wang ,2020) فذهبت للتعرف على مدى فاعلية الفيديوهات القصيرة للتيك توك وما تتضمنه من استراتيجيات مقنعة تساهم في تبني المبحوئين لهذا التطبيق واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، وطبقت على عينة قوامها (٨١ مجوئاً)، وتم تقسيمهم لأربع مجموعات بهدف التعرف على الاستجابات النفسية للمبحوئين في تبني تطبيق الفيديوهات القصيرة على الهاتف، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: تزايد شعبية مقاطع الفيديو عبر التيك توك كأحد تطبيقات الوسائط الاجتماعية على الجوال؛ حيث أكد نسبة ٥٦.٧٪ من المبحوئين أن لديهم نية تبني تقنية الفيديو القصير بهدف (التواجد الاجتماعي)، كما كان للفكاهة تأثيرات متعددة في تفاعل المستخدمين للتطبيق مما أسهم في رغبتهم لتبني التكنولوجيا والمؤثرات المميزة في تطبيق التيك توك.

ونبهت دراسة (سماح ٢٠٢٠م) إلى استخدام الأطفال الجزائريين في تطبيق التيك توك والمظاهر السلوكية التي يجسدونها، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون وطبقت على عينة قوامها (٩٥) فيديو. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: ظهور الأطفال في مقاطع موسيقية ومشاهد غنائية ورقصات، كما أن أكثر السلوك ظهوراً هو المبالغة في التعبير عن شعورهم بالرقص والتمايل وتقليد الكبار بدلالات غير أخلاقية، بالإضافة إلى ظهور الفتيات بنسبة ٨٧٪ بملابس غير لائقة مما عرضهم للتحرش الإلكتروني على التطبيق.

في حين كشفت دراسة (عز الدين، ٢٠٢٠م) عن أساليب التسويق بالفيديو القصير على تطبيق التيك توك في مصر، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢١) مجوئاً من مستخدمي تطبيق التيك توك، واستخدمت المقابلة شبه المقننة كأداة لجمع المعلومات، بالإضافة إلى تحليل مضمون وتوصيف كفي

للإعلانات والأساليب التسويقية المتاحة عبر التيك توك، وتوصلت لعدة نتائج منها: تعددت دوافع استخدام المبحوثين للتطبيق من أهمها التسلية والترفيه والضحك وقضاء وقت الفراغ وكذلك الفضول للتجربة، وأكدت النتائج على ضرورة استغلال التواجد الجماهيري عبر التطبيق في التسويق وجذب انتباه الجمهور له أكثر عن طريق مشاهير التيك توك لأن فيديوهاتهم تصل لشريحة أكبر، كما جاءت طبيعة الفيديوهات الموجودة عبر حسابات الماركات عينة الدراسة تتميز بطابع شبابي خفيف يهتم بمواكبة بعض مضامين التيك توك مثل التحديات والألعاب.

وركزت دراسة (العوابدية؛ عوني، ٢٠١٩م) في التعرف على أثر القيم في مضامين تيك توك من طرف المستخدمين الجزائريين، وقد تم جمع البيانات باستخدام استمارة تحليل المحتوى وقد تم التطبيق على عينة قوامها (١٠ مفردات لمواقع المستخدمين الجزائريين الأوائل الذين يملكون أكبر عدد من الجمهور في تطبيق التيك توك) وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الاستعمال السلبي شكل الاستخدام الأكبر لمنصة التيك توك؛ حيث تقل فيه الضوابط في إعدادات الخصوصية؛ وكان ذلك عاملاً رئيسياً في استخدام الشباب لهذا التطبيق، كما جاءت الجوانب السلبية الأكثر تداولاً بنسبة ٣٦.٣٪ بالنسبة للقيم الاجتماعية، و ١٣.٣٪ بالنسبة للقيم الثقافية و ٣.٣٪ بالنسبة للقيم السياسية، و ٣.٦٪ بالنسبة للقيم الدينية، وتمثلت تلك القيم في نشر فيديوهات تتنافى مع قيم المجتمع كمعاكسة الفتيات ووضعيات غير أخلاقية بالنسبة للإناث.

وهدف دراسة (عز الدين، ٢٠١٩م) التعرف على أثر تعرض الشباب لتطبيقات الأندرويد وتأثيرها على هويتهم الثقافية المصرية، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب قدرها (٢٠٠ مفردة) من الشباب الجامعي بمحافظتي القاهرة والجيزة، واستخدمت أداة الاستبيان في جمع المعلومات، وتوصلت لعدة نتائج أهمها: إن ٥١.١٪ من مفردات العينة يرون أن تطبيقات الأندرويد تؤثر على الهوية العربية إلى حد ما؛ حيث يقوم الشباب بالتقليد والاكتساب من القنوات الأجنبية، كما اعتقد ٤٤.٩٪ منهم أن هذه التطبيقات تؤدي إلى زيادة انتشار أنماط سلوكية جديدة على الأسرة المصرية، واتفق ٥٥٪ من عينة الدراسة أن تطبيقات الأندرويد تبعد الإنسان عن الإحساس بالمجتمع والذي يحدث فيه (إلى حد ما) حيث أن الشباب يقضون أوقات وساعات طويلة أمام هذه التطبيقات الترفيهية.

كما أشارت دراسة (Zhang ;Lie ,2019) إلى أهمية تطبيقات الفيديو القصير التيك توك للمبحوثين والعوامل التي تؤدي لإدمان التطبيق، وطبقت الدراسة على عينة من المبحوثين قوامها (٣٨٨) مبحوثاً من مستخدمي التطبيق، وتوصلت للعديد من النتائج منها: أهم أسباب تفضيل المبحوثين للتطبيق يرجع لاهتمام التطبيق (بالترفيه والتسلية) في المقدمة، يليه شعور المبحوثين (بالقلق من التفاعل مع الآخرين في الواقع المحيط)، كما جاءت (العزلة الاجتماعية) من أهم العوامل المؤثرة في إدمان التطبيق.

وافترض دراسة (Xiao ;Wang ; Wang , 2019) أن تأثير ميزات المحتوى المقدم للفيديو القصير يدعم نوايا الشراء التسويقية لدى المستهلك من خلال عنصري المرح والفكاهة، والتي تعد أحد

استراتيجيات التسوق بالفيديو القصير، ولذلك توصلت الدراسة إلى أنه إذا كان محتوى الفيديو ينقصه الترفيه؛ سيؤدي إلى نتائج غير موفقة، وبالتالي أوصت بضرورة أن تحتوي الفيديوهات على التسلية والألعاب المرحية والقصص لتحسين التفاعل وتدعيم المضمون التجاري بأساليب مختلفة كالموسيقى والألعاب، كما توصل إلى أنه بالرغم من انجذاب المستخدمين للفيديو القصير بشكل سريع إلا أنه لا تزال هناك صعوبات في اجتذاب المعلنين.

أما دراسة (Liqian,2018) فسعت للتعرف على العلاقة بين العوامل التي تساهم في شعبية التيك توك التسويقية مثل: (تنوع المحتوى والتفرد - تحديد موضع المنتج - تحديد المستهدفين) وتم تطبيق الدراسة على عينة من (٢٠٠) مبحوث من مستخدمي التيك توك، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت لعدة نتائج منها: إن مستخدمي تيك توك من النساء أكثر من الرجال، وأن الفئة العمرية ما بين (١٨-٢٨) عامًا هي الفئة الأكثر استخدامًا بنسبة تتخطى نصف مفردات العينة، أما الفئة العمرية من ٥٠ عامًا فقد جاءت في المرتبة الأخيرة، أما عن استراتيجية التيك توك في التسويق فقد أبدى معظم المستخدمين موافقتهم على تنوع المحتوى، وأن الموقع ذو جودة عالية ويتمتع بسمات مميزة مثل الموسيقى التي تستخدم كخلفية للفيديوهات ولها دور أساسي في جذب انتباه المستخدم.

التعليق على الدراسات السابقة:

المحور الأول:

١- اهتمت معظم الدراسات العربية بتطبيق نظرية تأثيرية الآخرين في مجالات متعددة منها (العنف السياسي، المحتوى الإباحي، الاستقطاب السياسي، المضامين الغيبية، الدعاية الإلكترونية للتنظيمات الإرهابية، أغاني الفيديو كليب)، في حين اهتمت معظم الدراسات الأجنبية بالمحتوى المقدم عبر صفحات التواصل الاجتماعي والصفحات الشخصية للفيس بوك وتعليقات القراء على الموضوعات الإخبارية بالمواقع الإلكترونية والدعاية الإلكترونية وكذلك المدونات والمحتوى الإباحي).

٢- اهتمت معظم الدراسات بدراسة المضامين السلبية لتأثيرية الآخرين ولم تهتم إلا القليل من الدراسات الأجنبية بدراسة تأثير المضامين الإيجابية كما في دراسة (Andrea,2015).

٣- تناولت الدراسات السابقة وسائل إعلامية مختلفة مثل: القنوات الفضائية وما تتضمنه من البرامج التلفزيونية والدراما الأجنبية، إلا أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كان لها النسبة الأكبر بين هذه الوسائل؛ مما يعطي مؤشراً على أن الإعلام الجديد ولاسيما وسائل التواصل الاجتماعي لديها قدرة أكبر من غيرها على إحداث فجوة إدراكية بين الذات والآخرين.

٤- أثبتت الدراسات السابقة صحة الفرض الإدراكي واختلفت في ثبوت صحة الفرض السلوكي الخاص بفرض إجراءات وقائية تحمي من التأثيرات السلبية.

- ٥- تعددت الفئات التي تناولتها الدراسات السابقة ما بين جمهور عام كما في دراسة (Tsay,2016)، (الكحكي،٢٠٠٧م)، (عمارة،٢٠٠٥م) وشباب جامعي كما في دراسة (الدهمشي، ٢٠١٧م)، (صالح،٢٠١٧م)، (سالم،٢٠١٥م) (Kamal,2014) والقليل من الدراسات تناولت فئة المراهقين مثل دراسة (عبد المجيد،٢٠٠٧م)، (صابر،٢٠١٠م).
- ٦- اتفقت معظم الدراسات العربية والأجنبية على استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات نظراً لطبيعة النظرية التي تهتم بدراسة إدراك الأفراد لتأثيرات المضامين المختلفة، إلا أن معظم الدراسات الأجنبية استخدمت الاستبيان الإلكتروني.

المحور الثاني:

- ١- تنوعت الدراسات التي تناولت دراسة تطبيق التيك توك واتسمت جميعها بالحدثة نظراً لحدثة التطبيق وهو ما يؤكد مواكبة الأبحاث للتطورات التكنولوجية في المجتمع حيث اهتمت بعضها بسمات المحتوى المقدم في التطبيق كما في دراسة (فتحي؛ عبد الغفار، ٢٠٢٠م) واهتمت الأخرى بدراسة استخدامات التطبيق كما في دراسة (عبد المعز، ٢٠٢٠م) (Omar;Dequan,2020) في حين تطرقت بعض الدراسات إلى الجانب التسويقي للتطبيق كما في دراسة (Xiao , 2019) (Wang ; Wang؛، (عز الدين، ٢٠٢٠م) وتناولت الأخرى القيم المتضمنة بالتطبيق كما في دراسة (العوبادية؛ عوني، ٢٠١٩م) في حين ركزت أخرى على الآثار الناتجة من استخدام التطبيق كما في (عز الدين، ٢٠١٩م)، وبالرغم من هذا التنوع إلا أننا مازلنا في حاجة لدراسات أكثر للكشف عن الجوانب المختلفة لهذا التطبيق وتأثيراته على مستخدميه وعلى المجتمع.
- ٢- أكدت معظم الدراسات على احتلال التيك توك الصدارة سواء في تنزيل التطبيقات الخاصة بالهواتف المحمولة الذكية، أو في معدلات متابعة الشباب والمراهقين.
- ٣- تنوعت الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات بالدراسات السابقة حيث اعتمدت معظمها على استمارة الاستبيان والبعض الآخر على تحليل المضمون، واعتمدت قلة على المقابلة الغير مقننة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من عرض الدراسات السابقة في بناء خلفية معرفية عن موضوع الدراسة وتحديد المشكلة البحثية، وتحديد المنهج المستخدم واختيار العينة المناسبة وأدوات جمع البيانات، وأدى التنوع بالدراسات إلى إتاحة الفرصة بمقارنة ومناقشة نتائج الدراسة مع الدراسة السابقة.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة الحالية في تزايد الإقبال على استخدام ومتابعة المراهقين لتطبيقات الهواتف الذكية ومنها تطبيق التيك توك المستخدم عبر الهواتف المحمولة والذي استطاع عبر استخدامه لمضامين

الفيديوهات المتعددة وبساطة التأثيرات المتاحة لعمل فيديو في بضع دقائق أن ينال اهتمام العديد من المراهقين والشباب بالرغم من احتوائه على العديد من الفيديوهات بعضها يحمل محتوى غير مرغوب فيه؛ مما يهدد سلامة المجتمع وقيمه ويدعو لنشر سلوكيات غير سوية داخل مجتمعنا المصري، حتى أن الصحف باتت تطالعنا بالقبض على مشاهير تلك المواقع نتيجة لاستخدامه في نشر الفواحش داخل المجتمع، والملاحظ في هذه الجرائم انخفاض أعمار الشباب المرتكبين لهذه الانحرافات، ومع تزايد الجدل بشأن هذه الآثار السلبية لاستمرار عرض تلك المضامين، تبلورت مشكلة الدراسة لدى الباحثة لدراسة مدى وكيفية تعرض المراهقين لهذا المحتوى على ذلك التطبيق واستخدامهم له ودوافع هذا الاستخدام ومدى إدراكهم لتأثيراته السلبية على أنفسهم وعلى الآخرين، خاصة وأن هناك اتجاهات بحثية حديثة تشير إلى أن الأفراد ينظرون إلى المضامين السلبية في وسائل الإعلام باعتبارها أكثر تأثيرًا على الآخرين منها على أنفسهم، ويميلون إلى المبالغة في إدراك وتقدير تأثير المواد الإعلامية السلبية للآخرين أكثر من أنفسهم؛ مما يجعلهم يتخذون إجراءً سلوكيًا لوقاية الآخرين من هذه التأثيرات السلبية، لذا تبلورت مشكلة الدراسة الحالية في قياس "تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك وعلاقتها بمدى قبول المراهقين باتخاذ إجراءات من شأنها الحد من هذه التأثيرات ممثلة في الإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن وذلك في إطار نموذج تأثيرية الآخرين".

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من:

- ١- دراسة تأثير وخطورة تطبيق التيك توك وما يبيته يوميًا من فيديوهات تستهدف المراهقين باعتبارهم الأكثر استخدامًا لتلك الموقع والأكثر تأثرًا بالمغريات سواءً المادية منها أو المعنوية كالشهرة مما يعطي مؤشرات تهدد بآثار اجتماعية سلبية على سلوكيات أبنائنا وعلى المجتمع.
- ٢- تقديم دراسة توضح تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب فيه عبر تطبيق التيك توك على نفسه وعلى الآخرين في ظل يسر استخدام المراهقين لهذه التطبيقات وسهولة إعدادها والوصول لها وهو ما يعطي فرصة جديدة لاختبار فروض نظرية تأثيرية الآخرين في المجتمع المصري.
- ٣- أهمية إجراء بحوث في مجال الإعلام الجديد والتطبيقات الجديدة خاصة في ظل الانتشار السريع لاستخدامها؛ وهو ما يتطلب تسليط الضوء على أيديولوجيات هذه التطبيقات التي تستهدف نشر ثقافتها دون ضوابط اجتماعية من أجل مكافحة الهيمنة الثقافية الغربية على المجتمعات العربية المحافظة.
- ٤- تدعيم المكتبة الإعلامية ببحوث تواكب التطور التكنولوجي الرقمي ودراسات تأثيرات هذا التطور على المجتمع المصري.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة التعرف على تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن وذلك من خلال عدة أهداف فرعية:
- ١- التعرف على أنماط استخدام المراهقين على تطبيق التيك توك بصفة عامة والمحتوى الغير مرغوب فيه بصفة خاصة وأسباب ودوافع ومعدلات هذا التعرض.
 - ٢- الكشف عن نوعية المضامين التي يفضلها المراهقون على تطبيق التيك توك.
 - ٣- التعرف على اتجاهات المراهقين نحو المحتوى الغير مرغوب فيه على تطبيق التيك توك.
 - ٤- الكشف عن مدى اعتقاد المراهقين بتأثير كل من: (سلوكهم الشخصي - سلوك الأصدقاء المقربين - سلوك الآخرين) بالمحتوى الغير مرغوب فيه المقدم عبر تطبيق التيك توك.
 - ٥- رصد الاختلافات في درجة التأثير بالمحتوي الغير مرغوب فيه وفقاً للمتغيرات الديمغرافية المؤثرة (النوع - التفاعلية والمشاركة - ثقتهن فيما يقدمه التطبيق - كثافة التعرض - المسافة الاجتماعية - الفجوة الإدراكية - مستوى المعرفة).
 - ٦- قياس مدى تأييد المراهقين لضرورة وجود إرشاد تربوي لاستخدام آمن لتطبيق التيك توك.

تساؤلات الدراسة:

ما مدى تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية:

- ١- ما معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك؟
- ٢- ما أنماط استخدام المراهقين ل تطبيق التيك توك؟
- ٣- ما أبرز الأسماء التي يتابعها المراهقون على تطبيق التيك توك؟
- ٤- ما دوافع تعرض المراهقين لمتابعة تطبيق التيك توك؟
- ٥- ما مدى تعرض المراهقين للمحتوى الغير مرغوب فيه على تطبيق التيك توك؟
- ٦- ما اتجاهات المراهقين نحو المحتوى الغير مرغوب فيه على تطبيق التيك توك؟
- ٧- ما مدى اعتقاد المراهقين بتأثير كل من (سلوكهم الشخصي - سلوك أصدقائهم - سلوك الآخرين) بالمحتوى الغير مرغوب فيه المقدم عبر تطبيق التيك توك؟
- ٨- ما مدى تأييد المراهقين لضرورة وجود إرشاد تربوي لاستخدام آمن لتطبيق التيك توك؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك على أنفسهم من ناحية وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين من ناحية أخرى.

- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك باختلاف النوع.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين باختلاف النوع.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة لدى المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا الموقع على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليه.
- ٧- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية.
- ٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأييد المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك باختلاف النوع.

الإطار النظري:

نموذج تأثيرية الآخرين:

تعد هذه النظرية مدخلاً رئيسياً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام، وتتشابه هذه النظرية في منظورها العام مع بعض المقاربات والمداخل الأخرى مثل نظرية تمثيل المعلومات وتكوين المعنى ومدخل الاستخدامات والإشباع؛ حيث تؤكد على أن ما يدركه الفرد من وسائل الإعلام قد يكون أكثر أهمية من المضمون الذي يتم تقديمه في هذه الوسائل، كما تتشابه مع نظرية التجاهل الجمعي ونظرية دوامة الصمت من حيث كونها تركز على أن مدركات الأفراد ومفاهيمه عن الأحداث هي من الأهمية بالنسبة لتكوين رأي عام، كما تفترض هذه النظريات أن كثيراً من تصرفات الأفراد السياسية والاجتماعية هي نتاج لمدركاتهم عن الواقع وافتراساتهم عن البيئة الاتصالية ولطريقة بنائهم للأحداث السياسية والاجتماعية (منصور، ٢٠٠٢، ص ٢)، وتستمد هذه الدراسة أساسها النظري من نظرية تأثيرية الآخرين والتي وضعها عالم الاجتماع الألماني "فيليبس دافيسون" (Davison, 1983, p1:15) عام ١٩٨٣م.

والذي توصل فيها إلى أن تأثير الشخص الثالث يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير قوي على الأفراد الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها على نفسه وعلى أصدقائه.

(Duck; Mullin, 1995, p18) حيث يفترض دافيسون أن أفراد الجمهور يدركون أن التأثير الأعظم للرسائل الإعلامية لا يقع على أنفسهم (الشخص الأول First Person) ولا على أقرانهم الذين يشبهونهم (الشخص الثاني Second Person) وإنما يقع على الآخرين ألا بعد في المسافة الاجتماعية والذين يختلفون عنهم (الشخص الثالث Third Person).

ويحدث الاختلاف في تأثير المضامين الإعلامية على الذات وعلى الآخرين في إطار محورين (Salween, 1998, p261):

الأول: يتعلق بالمبالغة في تقدير تأثير الرسائل على الآخرين (overestimated) وبالتالي يميل الفرد إلى تقليل من شخص الآخرين حيث يرون أنفسهم بطريقة أفضل من الآخرين.

الثاني: يتعلق بالتقليل من تأثير الرسائل على الذات وبالتالي يميل الفرد إلى إعلاء ذاته (Un derestimated) وهو ما افترضه Perloff حيث أن الفرد يخضع لعمليات إدراكية تدفعه إلى الادعاء بأنه لم يتأثر بالمحتوى الإعلامي الذي يتعرض له، حتى وإن كان قد تأثر بالفعل، وذلك من أجل الاحتفاظ بقيمته الذاتية وتقديره لذاته وتعزيز صورته الإيجابية عن ذاته (OTHERS, 1999, p601) ; Dupagne وهو ما أثبتته العديد من الدراسات التي وجدت أن الأفراد لديهم ما أطلق عليه تحيز الذات بمعنى أنهم يرون أنفسهم أقل تأثراً بالرسائل السلبية من الآخرين لأنهم أكثر ذكاءً من غيرهم. (Horens; Ruiter, 1996, p601)

غير أنه في حالة إذا كان تقييم الرسالة إيجابياً من حيث جودتها ومحتواها وإذا ما نظر لتلك الرسائل على أنها ذات صلة شخصية بنا، وإذا كان ينظر إلى التأثير على أنه مرغوب فيه اجتماعياً فإن الاختلافات المدركة في تأثير هذه الرسالة على الذات وعلى الغير تقل ويتجه الأفراد في هذه الحالة أكثر إلى الإقرار بوجود تأثير لهذه الرسالة عليهم، ومن الممكن أن يخلق هذا النوع من الرسائل تأثير الشخص الأول والذي يتجه فيه الأفراد إلى تقييم الرسائل على أن لها تأثيراً أكبر على الذات أكثر مما هو على الغير (Schweisberger ; Billinson ; Makanachock, 2014 , p412)

ويذهب Perloff إلى أن الأفراد لديهم هياكل معرفية تتضمن مجموعة من المعتقدات التي تتعلق بقدرة وسائل الإعلام على مناورة المشاهدين وخداعهم والتلاعب بأفكارهم (Price ; Other, 1997, 521)، وهو ما يتطلب فرض رقابة وقيود وفقاً لرؤية Davison على وسائل الإعلام أو المضامين الإعلامية ومراقبتها كشكل من أشكال التدخل الاجتماعي (jostym , 2003, p840)، وهو ما يتطلب وجود رقيب يعمل على حماية الآخرين من الآثار السلبية للمضامين الإعلامية باعتبارها سلوكاً وقائياً للسيطرة على هذا الخطر والتهديد (Dohle ; Bernhard , 2014, p 104)

فروض النظرية:

تقوم النظرية على افتراضين رئيسيين هما:

١- الفرض الإدراكي: Perceptual Hypothesis

وفيه ينسب الأفراد تأثيرات أكبر لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بأنفسهم وأصدقائهم المقربين

٢- الفرض السلوكي: Behavioral Hypothesis

ويشير إلى اعتقاد الأفراد في أن الآخرين أكثر تأثرًا بالرسائل الإعلامية مقارنة بأنفسهم مما يدفعهم للمطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التي يعتقد أنها ضارة.

العوامل المؤثرة على إدراك تأثير الشخص الثالث:

تتعدد العوامل التي تؤثر في مستوى تأثير الشخص الثالث وتتراوح بين عوامل ذاتية وعوامل تعود إلى مستويات التلقي وعوامل تتصل بالرسالة الإعلامية وطبيعة المصدر الإعلامي ومنها:

١- **العوامل الديمغرافية Demographic correlates**

وتعد المتغيرات الديمغرافية كالعمر والمستوى التعليمي والنوع من أهم العوامل الإدراكية التي تمارس تأثيراتها على التصورات التي يكونها الأفراد بشأن تأثيرات وسائل الإعلام على الآخرين وعلى أنفسهم. حيث توصل تايدج ١٩٩١م إلى أن تأثير الشخص الثالث يكون أكبر بين الفئة العمرية الأكبر سنًا وذوي المستويات التعليمية المرتفعة من المبحوثين (منصور، ٢٠٠٢م، ص ١٩).

٢- **كثافة التعرض Exposure**

وجد "ماكلويد" وزملاؤه أن الأفراد الذين يتم إدراكهم على أنهم أكثر تعرضًا للرسائل الإعلامية هم الأفراد الذين يتم تصنيفهم على أنهم الأكثر تأثرًا وهو ما يتفق مع نتائج نظرية التناثر الإدراكي "لفيستيجر" والتي تناولت العلاقات بين العناصر الإدراكية بما في ذلك بالمواقف والمعتقدات والسلوكيات (Jennifer ; Gilkins 2007, p16) المسافة الاجتماعية Social Distance

يرى "بيرلوف" perloff أن المسافة الاجتماعية هي فكرة المسافة بين الذات والآخرين.

ووجد "كوهين" Cohen إن الفرق بين التأثير على الذات والآخرين يتسع كلما اتسع البعد الاجتماعي لجماعاتهم عن أعضاء الجماعات الأخرى (Cohn ; Davis, 1991, p686)

في حين يرى الباحثون أن الأصدقاء المقربين والأقارب امتداد للذات واعتبروا ذلك تحيزًا للذات نابعا من تقدير الفرد لذاته.

٣- **مستوى المعرفة أو الخبرة: Expertise**

لقد وجد تايدج وآخرون عام ١٩٩١م أن الفجوة الإدراكية تزداد وتتسع لدى الأكثر تعليمًا، فالأكثر تعليمًا قد يعتبرون أنفسهم جماعة الصفوة بسبب تعليمهم ومن ثم يعتقدون أنهم أقل تأثرًا بوسائل

الإعلام مقارنة بالآخرين. (Tiedge ; Others, 1991, p151)

٤- موضوع الرسالة Message Topic

يتزايد تأثيرات الشخص الثالث حينما تتناول الرسائل الإعلامية بعض الموضوعات ذات الآثار السلبية أو غير المرغوبة اجتماعيًا.

٥- تحيز المصدر ودرجة الثقة به:

تشير نتائج الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد حينما ينظر إلى مصدر الرسالة على أنه متحيز بشكل سلبي أو أنه غير أهل للثقة، وكذلك حينما يغري الجمهور وينسب النية الاقناعية للمصدر (منصور، ٢٠٠٢م، ص ١٥).

منظور تأثر الشخص الثالث علي الوسائل الجديدة:

لقد شهدت دراسات التلقي في العقد الأول من هذه الألفية تطورات ضخمة، حيث ساهمت وسائل الاتصال الرقمية بإمكاناتها وقدرتها التفاعلية على دعم فرضية فاعلية جمهور وسائل الإعلام الجديد فأصبح قادرًا على اختيار المضامين والمحتوى الإعلامي وقادر على التفاعل معه، وهو ما خلق جمهورًا مختلف الاهتمامات والحاجات ويبحث عن الإعلام الفئوي الذي يناسبه في عصر الشبكات الرقمية والتنوع الإعلامي الافتراضي، وهو ما ألقى بظلاله على ضرورة إنسجام هذه النظريات والمقاربات مع متغيرات الميديا الجديدة واستيعاب تحولاتها، وبالنسبة لنظرية تأثيرية الآخرين والتي تعتبر من النظريات الجديدة نسبيًا في هذا المجال نجد أن الاعتماد عليها كبير في دراسة البيئة الاعلامية الجديدة خاصة في أوروبا وأمريكا نظرًا لما تشتمل عليه من افتراضات قد تسهم في فهم متغيرات البيئة الاعلامية الجديدة، خاصة أنها تهتم بالجوانب النفسية والاجتماعية للإنسان في تلقيه للمضامين الاتصالية وهو ما يتناسب مع دراسة التلقي والاستخدام في الميديا الجديدة ودراسة التفاعلات التي تتم في هذا السياق كذا عادات وأنماط التلقي والاستخدام. (لمين ؛ بوزيد ، ٢٠١٨م، ص ٩)

وفي هذا السياق يتيح لنا منظور تأثيرية الآخرين اختبار فرضية الدراسة الحالية وهي تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب فيه بتطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن، حيث ترى الباحثة أنها تتناسب كثيرًا في توضيح المتغيرات المفسرة لتأثيرات تطبيقات الهواتف الذكية على المراهقين والتعرف على إدراك المراهقين للمحتوى الغير مرغوب فيه وفقًا لافتراضات متغير المسافة الاجتماعية والتأثير التفاضلي والافتراضات الأبوية والخصائص الاجتماعية المؤثرة في هذا الإدراك.

تطبيق التيك توك:

ويعرف بالإنجليزية TikTok وهو أحد تطبيقات المنصات الإعلامية التي تتيحها الهواتف الذكية والذي يسمح للمستخدمين بتداول وإنتاج فيديوهات قصيرة لا تتعدى مدتها الدقيقة الواحدة مستخدمًا في ذلك خلفيات موسيقية وفلاتر سهلة لإنشاء محتوى فيديو قصير وجذاب.

نشأة وتطور التيك توك:

أنشئ في سبتمبر عام ٢٠١٦م وأطلق عليه Douyin بواسطة مؤسسه تشانغ يي مين، صممه شبكة صينية تسمى Byte Dance بايت دانس وهي شركة تعمل في مجال محتوى الإنترنت وتشغل العديد من منصات المحتوى واستطاع التطبيق أن يعرض مقاطع فيديو قصيرة، ثم تم تطويره خلال عام ٢٠١٧م وفي خلال عام واحد استطاع أن يحصل على ١٠٠ مليون مستخدم ومليار مقطع فيديو يتم مشاهدته يوميًا. (الموقع الرسمي لتطبيق التيك توك، ٢٠٢٠م)

وبعدها تم إطلاق التطبيق تيك توك في السوق الدولية في سبتمبر ٢٠١٧م، وفي أقل من عام ٢٠١٨م احتل التطبيق المرتبة الأولى بين تنزيلات تطبيقات الجوال المجانية في متاجر التطبيقات. (أشرف لعوايدية؛ خالد عوني، ٢٠١٩م، ص ٦٨)

وقد قامت في ذلك الوقت شركة بايت دانس بعمل اندماج مع ميوزكلي في نوفمبر ٢٠١٧م حيث قامت بشراء Musical.ly بقيمة مليار دولار نظرًا لكونها منصة شعبية لوسائل التواصل الاجتماعي تستهدف سوق المراهقين في الولايات المتحدة الأمريكية وفقًا لما أقرته مؤسسة (2017, business insider)، واندماج تيك توك مع ميوزكلي في ٢ أغسطس ٢٠١٨م من أجل إنشاء مجتمع فيديو ذات انتشار أوسع، كما تم دمج حسابات وبيانات المستخدمين في تطبيق واحد (موقع ميوزكلي، ٢٠١٨م). وفي غضون عام ٢٠١٨م أصبح التطبيق منتشرًا في ١٥٠ دولة، ويدعم ٧٥ لغة، وشاهد التطبيق نموًا سريعًا في العالم وصار منصة اجتماعية كبرى للموسيقى والفيديو على الصعيد العالمي، ووصل عدد مستخدمي التطبيق إلى ٢٥٠ مليون نشط يوميًا (Zuo;Hui,2019,p1)

وتشير العديد من التقارير الدولية من شركات ومؤسسات متخصصة في أبحاث السوق والتطبيقات التكنولوجية والهواتف الذكية مثل شركة Byte Dance المالكة للتطبيق وشركة Senor Tower المتخصصة في الهواتف المحمولة إلى احتلال التطبيق المركز الأول في التحميل في نظامي التشغيل IOS, Android، واستطاع التيك توك أن يتفوق في عمليات التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر وواتس أب والمانجر وهو ما أثار مخاوف شركة فيس بوك الأمريكية ووصفت التطبيق بأنه تهديد لمنصات التواصل الاجتماعي حيث وصل إلى ملياري عملية تنزيل في أبريل ٢٠٢٠م. (المعز، ٢٠٢٠م، ص ٣٤٢٢)

أما عن التطبيق في مصر فقد أكدت الإحصاءات لعام ٢٠١٩م أن تطبيق Tiktok منتشر بين فئات المجتمع المصري باختلاف النوع والعمر والمستوي التعليمي، كما تشير إلى أن المصريين يشاهدون أكثر من ٨.٣ مليار فيديو شهريًا وتمثل المرحلة العمرية من ١٣: ٢٤ سنة الأكثر استخدامًا بنسبة ٦٤٪ وهناك ٧.٢ مليون مستخدم نشط شهريًا منهم ٦٢٪ ذكورًا و٣٨٪ إناثًا، وبذلك تحتل مصر المرتبة الحادية

عشرة على مستوى العالم والثانية بعد المملكة العربية السعودية من حيث كونها الأعلى تحميلاً للتطبيق. (المصريون والتيك توك، ٢٠١٩م).

كما ساهم التطبيق في ارتفاع معدلات استخدام خدمات الاتصال للمصريين واستهلاكهم للإنترنت خلال شهري مارس وأبريل ٢٠٢٠م أثناء جائحة كورونا حيث تمثلت في زيادة في نسبة تصفح مواقع الإنترنت (Web Browsing) بنسبة ١٣١% ، وجاءت الزيادة الكبيرة في استخدام تطبيقات الإنترنت نتيجة تحميلات التطبيقات، وجاء في مقدمتها تطبيق تيك توك: وتم وصفه على أنه، وجهة مفضلة لمقاطع الفيديو للمستخدمين على التليفونات المحمولة، وقد زادت نسبة استخدام هذا التطبيق بنسبة ١٩٤% (الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، ٢٠٢٠م) وفي آخر تقرير عن مؤشرات استخدام خدمات وتطبيقات الإنترنت خلال ٦٠ دقيقة في موسم صيف ٢٠٢٠م بجمهورية مصر العربية فقد جاءت مقاطع فيديو عبر تطبيقات (مثل تيك توك، لايكى،...) في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المستخدمين الذين قاموا برفع ومشاركة فيديوهاتهم ٣٠٠ ألف مستخدم، وبلغ إجمالي عدد ساعات مقاطع الفيديو ٢١١٣ ساعة، وبلغ حجم البيانات المستهلكة ٢ تيرابايت خلال ٦٠ دقيقة (الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، ٢٠٢٠م) ويرجع تفضيل المستخدم إلى التطبيق نتيجة لما يتمتع به من:

١- سمات وخصائص للتطبيق:

- أ- يقدم التطبيق فيديوهات جذابة لا تتجاوز مدتها ١٥ ثانية، مع إضافة الموسيقى وبعض المؤثرات الصوتية (المأخوذة من أعمال سينمائية، وأغان، وغير ذلك) بجانب الملصقات والفلاتر التي تُضاف إلى الوجه، وذلك باستخدام تقنيات التصوير المتاحة على التطبيق والهواتف الذكية. كما يسهل تسجيلها في مختلف الأماكن ومشاركتها على الفور دون أي متطلبات فنية أو احترافية لإنتاجها أو تعديلها، ودون أن تستغرق مشاهدتها وقتاً أو جهداً. فعند فتح التطبيق، تعرض مقاطع الفيديو الواحد تلو الآخر، ما يمكن من مشاهدة مئات الفيديوهات لساعات ممتدة. كما يمكن مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
- ب- يقدم التطبيق العديد من التحديات المميزة والمثيرة خاصة للشباب والمراهقين.
- ج- الحفاظ على خصوصية المستخدم الذي يظل بمقدوره تحديد هوية من يشارك الفيديو أو يشاهده ويعلق عليه ولا يمكن الوصول لمحتويات الفيديو بواسطة محركات البحث ومواقع الويب العادية.

د- إمكانية تحقيق الشهرة عبر قواعد جماهيرية من المعجبين والمتابعين نتيجة لكثرة عدد المتابعين وانتشار الفيديوهات.

هـ- يستخدم تيك توك الذكاء الاصطناعي لتحليل اهتمامات المستخدمين وتفضيلاتهم من خلال تفاعلهم مع المحتوى، وعرض موجز محتوى مخصص لكل مستخدم.

٢- لقد حظي التطبيق باهتمام عدد كبير من المشاهير والمؤسسات والشركات التي شجعت فئات عمرية مختلفة على استخدامه وممارسة تطبيقاته.

٣- الربح المادي للأفراد: ويتحقق ذلك بالاقتران بين قناة المستخدم على اليوتيوب وحسابه على "التيك توك"، عبر عرض الجزء المميز من الفيديو على الأخير، واستكمالاً عبر الأولى، على نحو يجذب انتباه المشاهدين. وفي المقابل، يذهب بعض المستخدمين إلى شراء المتابعين المزيّفين سعياً وراء الشهرة على الرغم من تراجع أهميتهم في التطبيق، لأنهم لن يقوموا بمشاهدة مقاطع الفيديو أو يعلقوا عليها أو يشتروا المنتجات. كما تعرض الشركات والعلامات التجارية والموسيقية الكبيرة ما تقوم ببيعه عن طريق "هدية" وكلما امتلك المستخدم حساباً فعالاً ونشطاً - يزخر بالتعليقات، والمشاركات، والمتابعين - أمكنه شراء الهدايا؛ فعندما يقوم المتسوق بشراء سلعة معينة من بين السلع المتوفرة، يعود هذا بالنفع على الشركة التي تتقاسم بدورها الأرباح مع المستخدم. وعقب تجميع كم كبير منها، يمكن تحويلها إلى نقود. وفي المقابل، قد يتجه المستخدم بنفسه إلى الشركات ويرسلها، للإعلان على قنواته على "التيك توك"، فيما يعرف بالتسويق بالعمولة.

٤- منصة تسويقية: أنشأت صحيفة "واشنطن بوست" حساباً لها على "التيك توك" في مارس ٢٠١٩م، لتصبح بذلك واحدة من أوائل المؤسسات الصحفية التي أنشأت حساباً عليه. ومن خلاله، بدأت في نشر القصص القصيرة التي تراوحت بين تغطية الأخبار بطريقة فكاهية لتتناسب الفئة العمرية المستهدفة، وتصوير سير العمل بالصحيفة، بما في ذلك: عمل الصحفيين خلف شاشات الكمبيوتر، وكيفية تحرير الأخبار، ونشرها على الموقع الإلكتروني.. إلخ. وهي الفيديوهات التي أظهرت الجانب الإنساني للمراسلين والصحفيين، مما أسهم في ارتباط القراء بهم من ناحية، وزيادة شهرتهم من ناحية ثانية، ودفع القراء لانتظار أخبارهم بشغف من ناحية ثالثة. وفي أعقاب نجاح تجربة "واشنطن بوست"، حذت بعض المؤسسات الصحفية والإخبارية حذوها (مثل: USA Today، وISBN، وFlorida Times Union). (البي، ٢٠٢٠)

وبالرغم من هذه الخصائص والسمات التي جعلت هذا التطبيق يحصل على انتشار واسع بين فئات المجتمعات الغربية منها والعربية، إلا أن مخاوف وشكوك العديد من الدول جعلت بعضها يتخذ إجراءات ضد هذا التطبيق ومنها: الولايات المتحدة الأمريكية والذي وصفت التطبيق بأنه تهديد للأمن القومي وإمكانية استخدامه لجمع بيانات شخصية، ولذا أصدرت قرار في ديسمبر ٢٠١٩م بمنع الجيش الأمريكي من استخدام التطبيق وفقاً لموقع military التابع لوزارة الدفاع الأمريكية وذلك بعد دعوات الكونجرس لتقييم مخاطر التطبيق الذي يعتبر وسيلة للتجسس. (الموقع الرسمي للجيش الأمريكي، ٢٠١٩م)

كما طالبت بريطانيا بتشكيل لجان خاصة للوقوف على كيفية جمع "التيك توك" للبيانات الشخصية، لتتساءل عن مكان تخزينها خاصة في ظل مجهولية مصير البيانات لتثار التساؤلات عن مصير البيانات الشخصية التي يجمعها "التيك توك" (وذلك من قبيل: الموقع الجغرافي، ونشاط

المستخدمين، وبريدهم الإلكتروني، وغير ذلك). وهو ما دفع البعض للقول إن الهدف من جمعها يتمثل في الأغراض التسويقية، بينما دفع آخرون بإمكانية بيعها لحكومات أخرى. وهو ما قادهم إلى البحث وراء تلك المخاوف الأمنية. (البي، ٢٠٢٠م)

كما بادرت الجزائر كأولي الدول العربية في يناير ٢٠١٩م بالتحذير من خطورة التطبيق بعد أن أطلقت وزارتا التربية الوطنية والبريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال بيان مشترك أرسل لكافة مديريات التربية ووصفته ب (الخطر المحقق) لعرضه مواقف غير أخلاقية وغير لائقة تعرض القصر والشباب للابتزاز والاستغلال من طرف المنحرفين، ووضعت دليلاً للممارسات السليمة لاستخدام التطبيق ومواقع التواصل الاجتماعي لحماية الحياة الشخصية. (المعز، ٢٠٢٠م، ص ٣٤٢٤)

وفي مصر تقدم عدد من أعضاء مجلس النواب بطلبات إحالة للمجلس ومطالباتهم الحكومة المصرية ووزارة الاتصالات والجهاز القومي لتنظيم الاتصالات بحجب تطبيق التيك توك وفقاً لوصفهم إياه بأنه (حالة من الانفلات الأخلاقي للمحتوى) والتي تقدم ثقافات مبتذلة واستغلال المراهقات للتطبيق من أجل إقامة علاقات غير مشروعة سعياً لتحقيق الربح، كما أصدر النائب العام في الفترة الأخيرة عدداً من البيانات الخاصة بعدة تهم لفتيات تم استخدامهم لمحتويات غير أخلاقية على التطبيق ووجهت لهم عدة اتهامات أبرزها "خدش الحياء والاعتداء على قيم ومبادئ المجتمع المصري، واستدراج الفتيات واستغلالهن عبر البث المباشر، وارتكاب جريمة الاتجار بالبشر".

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف موضوع أو مشكلة الدراسة وتقرير خصائصها وتحديدها تحديداً كميّاً وكيفياً وهي بحوث تهتم بتحديد الواقع وجمع الحقائق عنه وتحليل بعض جوانبه بما يساهم في العمل على تطويره.

واعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة من أجل استخلاص النتائج من المراهقين وذلك لدراسة مدي تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن.

مصطلحات الدراسة:

تحدد مصطلحات الدراسة الإجرائية فيما يلي:

المحتوى الغير مرغوب فيه:

هو المحتوى الذي يعرض تصرفات وأفعال وألفاظ وسلوكيات تتعارض مع المعايير الاجتماعية والدينية المتعارف عليها لدى المجتمع المصري والتي يؤدي انتشارها إلى ضرر يصيب الفرد والآخرين والمجتمع، ومن أبرز مظاهره (المحتوى الإباحي - العنف - الإرهاب - الألفاظ الخارجة - الإيماءات

الجسدية - الأغاني والرقص الهابط - الانتحار - الألعاب الغير آمنة- التدخين وتعاطي المخدرات- التمر).

الإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن:

ويقصد به توجيه المراهقين من قبل أخصائي الإعلام المدرسي نحو استخدام الوسائل والتطبيقات الحديثة بطريقة صحيحة تجنبه الآثار السلبية لهذه التطبيقات وتحقيق أعلى استفادة من تلك الوسائل

مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة من المراهقين المستخدمين لتطبيق التيك توك ممن يقعون في الفئة العمرية (١٣:١٥ سنة) بمحافظة بورسعيد.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بالتطبيق على عينة من المراهقين بمحافظة بورسعيد ممن تتراوح أعمارهم بين (١٣-١٥ سنة) وهي تواكب المرحلة الإعدادية وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢٠٠ مبحوث) وتم سحبها بطريقة عمدية ممن يستخدمون التيك توك، وقد تم سحبها بطريقة عينة كرة الثلج، حيث قامت الباحثة بإرسال استمارة الاستبيان الإلكتروني إلى بعض المراهقين من الأقارب والأصدقاء ممن يستخدمون تطبيق التيك توك وطلبت منهم إرسالها إلى أصدقائهم الذين يستخدمون أيضًا تطبيق تيك توك والتوجه إلى أشخاص بعينهم يستخدمون تطبيق التيك توك وطلب منهم ترشيح غيرهم للتوجه إليهم وتطبيق الاستمارة.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة على:

١- استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المراهقين لدراسة تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه علي تطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن، وتعتبر الأداة الأكثر ملاءمة لمستخدمي وسائل الإعلام الرقمية، وتم تصميمها لقياس متغيرات الدراسة والتي تضمنت: (معدل استخدام المراهقين للتيك توك، معدل التعرض للمحتوي الغير مرغوب فيه- درجة الاعتقاد في تأثر الآخرين -إدراك المسافة الاجتماعية - تأييد فرض الرقابة على المحتوى الغير مرغوب فيه- المتغيرات الديمغرافية) تم تطبيق استمارة الاستبيان في الفترة من ١٠ يناير إلى ١٠ فبراير ٢٠٢٠م.

٢- مقاييس الدراسة:

تضمنت الدراسة العديد من المقاييس منها:

- ١- مقياس لدوافع تعرض المراهقين لاستخدام التيك توك (وتضمن ١٣ عبارة).
- ٢- مقياس للتعرف على مستوى ثقة المراهقين فيما يعرض على موقع التيك توك (وتضمن

المقياس ٧ عبارات).

٣- مقياس التأثيرات الناتجة عن متابعة موقع التيك توك (وتضمن ٨ عبارات).

٤- مقياس للاستدلال على اتجاهات المراهقين نحو دور الإرشاد التربوي (وتضمن ٥ عبارات).

وقامت الباحثة بإعداد مجموعة من العبارات لكل مقياس على مقياس ليكرت الثلاثي وراعت فيه الباحثة أن تكون العبارات شاملة ومتنوعة، كما تم عرض المقاييس على المحكمين لتأكيد مدى صلاحيتهم للتطبيق ولقياس ما أعد لقياسه، هذا وتم قياس الثبات لوضع كل مقياس في صورته النهائية وهذا باستخدام برنامج الحزم الإحصائية spss.

وقامت الباحثة بتقسيم المقياس إلى ثلاثة مستويات وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي:

إتجاه سلبي (1 : 1.66)

إتجاه محايد (1.67 : 2.33)

إتجاه إيجابي (2.34 : 3)

أساليب التحليل:

جمعت الدراسة بين أسلوب التحليل الكمي والكيفي لتحقيق شمولية البحث العلمي وتحقيق مستوى أكبر من الصدق المنهجي الذي يدعم نتائج التحليل الكمي، بحيث يساعد التحليل الكمي في توفير درجة عالية من الضبط الكمي ويقلل من أخطاء التحيز، أما الأسلوب الكيفي فقد استخدمته الباحثة في التفسير والاستدلال.

حدود الدراسة:

حدود موضوعية: وتتمثل في الكشف عن تأثيرية المراهقين بالمحتوي غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن.

حدود زمنية: الفترة من ١٠ يناير إلى ١٠ فبراير ٢٠٢٠م.

حدود مكانية: يقتصر التطبيق على محافظة بورسعيد.

وقد تم اختبار الصدق والثبات:

١ - اختبار الصدق:

يقصد بالصدق أن تقيس استمارة الاستقصاء ما وضعت لقياسه، وقد أجري اختبار الصدق للتأكد من صدق محتوى الاستمارة، حيث تم تحديد أهداف الدراسة وترجمة ذلك في تساؤلات للدراسة الميدانية بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ثم تم وضع الأسئلة التي تفي بتحقيق أهداف وتساؤلات الدراسة. وتم

التحقق من صدق الاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء^(*) في مجال الإعلام للتأكد من صدق ودقة الاستمارة وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة وقد أجريت بعض التعديلات في ضوء آراء السادة المحكمين حتى أصبحت في شكلها النهائي.

٢ - اختبار الثبات:

يقصد به أن تعطي الاستمارة نفس النتائج تقريباً إذا ما طبقت على نفس العينة وقد تم تطبيق الاستمارة على عينة من المراهقين عددها ٤٠ مفردة ثم تم إعادة التطبيق مرة أخرى على نفس العينة بعد مرور أسبوعين وتم الحصول على نتائج متسقة بين التطبيق الأول والثاني بلغت ٩٥٪.

المعاملات الإحصائية:

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي للبيانات من خلال الكمبيوتر باستخدام برنامج spss والمعروف باسم حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية وفيه تم استخدام الاختبارات التالية:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد المتغيرات.
٤. اختبار T-TEST للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة
٥. الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث استناداً لعدد المراتب في السؤال، ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة ثم تحسب النسب المئوية لبنود السؤال.
٦. اختبار بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين العلاقات.

(*) أ.د./ محمد سعد عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.
أ.د./ محمد بكير أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة بورسعيد.
أ.د./ هاني البطل أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة بورسعيد.
أ.م.د./ وليد وادي النيل أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة بورسعيد.

نتائج الدراسة:

١ - معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك:

جدول (١)

معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك

معدل الاستخدام	ك	%
دائماً	118	59.0
نادراً	47	23.5
أحياناً	35	17.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: ارتفاع استخدام المراهقين لموقع التيك توك حيث جاء (دائماً) في الترتيب الأول بنسبة ٥٩٪، يليها في الترتيب الثاني (نادراً) بنسبة ٢٣.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (أحياناً) بنسبة ١٧.٥٪.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة مستخدمي التطبيق بصفة دائمة إلى الانتشار الواسع لاستخدام المراهقين للهواتف الذكية وتوافر خدمات الإنترنت ومجانية التطبيق من جهة، وسمات وجاذبية التطبيق من جهة أخرى حيث يجمع بين الغناء والتمثيل والدراما والموسيقى وكلها عوامل جاذبة لهذه الفئة بالإضافة إلى خلق فرص عبر التحديات والمنافسة التي يتيحها التطبيق والتي يسعى فيها المراهق للتميز على أقرانه من مستخدمي التطبيق من أجل الوصول للشهرة وامتلاك قاعدة كبيرة من المعجبين سعياً إلى الحصول على التاج الذهبي بإجراءات تتسم بالسهولة.

جدول (٢)

معدل الاستخدام اليومي لتطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

معدل الاستخدام اليومي	ك	%
أكثر من 3 ساعات	131	65.5
1:3 ساعات	42	21.0
أقل من ساعة	27	13.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء معدل الاستخدام اليومي لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (أكثر من ٣ ساعات) في الترتيب الأول بنسبة ٦٥.٥٪، وفي الترتيب الثاني من (٣:١ ساعات) بنسبة ٢١٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (أقل من ساعة) بنسبة ١٣.٥٪.

جدول (٣)

معدل الاستخدام الأسبوعي لتطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

معدل الاستخدام اسبوعياً	ك	%
2:4 ايام	99	49.5
اكتر من 5 ايام	69	34.5
يوم واحدا	32	16.0
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء معدل الاستخدام الأسبوعي لموقع التيك توك من وجهة نظر

المراهقين من (٣:٢ أيام) في الترتيب الأول بنسبة ٤٩.٥٪، وفي الترتيب الثاني من (أكثر من ٣ أيام) بنسبة ٣٤.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (أقل من ساعة) بنسبة ١٦٪.

وتشير نتائج الجداول السابقة إلى الارتفاع الملحوظ في استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك سواء

كان هذا الارتفاع في طبيعة الاستخدام أو عدد ساعات الاستخدام أو أيام الاستخدام، وتتفق النتيجة مع طبيعة معدلات استخدام الهواتف المحمولة التي أصبحت عنصراً رئيساً في حياة المراهقين ولا تغارقه لأوقات طويلة نسبياً كما تعكس النتائج أن هذا التطبيق استطاع جذب المراهقين لمتابعته بشكل كبير نظراً لكونه تطبيق يعتمد على صناعة الفيديوهات بطريق مبسطة وبمؤثرات مختلفة ومناسبة لفئة عمرية تهتم بالجديد والمثير وهو ما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة (Bresnick, 2020) التي أكدت على تأثير مرحلة المراهقة بتطبيق تيك توك حيث يلجأ فيها للبحث عن اللعب بكثرة ويعد التطبيق منصة نشطة أكثر من كونه تطبيقاً سلبياً لتبادل الفيديوهات كما تدفع المنصة إلى ممارسة الألعاب وتنمية مهارات الطفل عبر إتاحة صناعة الفيديو، والتي تمكنه من المزج السمعي والبصري عن طريق قص الشاشة ودمج صورة داخل صورة، بالإضافة لتوافر مكتبة سمعية وتبديل الأوجه والواقع المعزز مما أضفى طابع تفضيلي لهذه المرحلة وجعله الوجهة المفضلة لديها، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من نتائج الدراسات التي أكدت على سيطرة التيك توك على استخدامات الشباب ومنها دراسة (عبد المعز، ٢٠٢٠م، ص ٣٤١١) والتي توصلت إلى أن ٦٧٪ من المبحوثين يستخدمون التطبيق بشكل يومي، وأن التيك توك هو أكثر التطبيقات استخداماً من قبل المبحوثين حيث جاء في الترتيب الأول من حيث الاستخدام بنسبة ٧٧,٥٪.

جدول (٤)

الأيام الأكثر متابعة لتطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

الأيام الأكثر متابعة	ك	%
أيام الاجازات	94	47.0
جميع الأوقات	53	26.5
أيام الدراسة	28	14.0
حسب الظروف	25	12.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت الأيام الأكثر متابعة لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (أيام الإجازات) في الترتيب الأول بنسبة ٤٩.٥٪، وفي الترتيب الثاني (جميع الأوقات) بنسبة ٣٤.٥٪، وفي الترتيب الثالث (أيام الدراسة) بنسبة ١٦٪، وفي الترتيب الرابع والأخير (حسب الظروف) بنسبة ١٢.٥٪.

وتشير النتيجة السابقة إلى ارتفاع استخدام التطبيق أوقات الإجازات وهي نتيجة طبيعة لوجود وقت فراغ لدى المراهق. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه (تقرير الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، ٢٠٢٠م) من أن تطبيق التيك توك أصبح الوجهة المفضلة لمقاطع فيديو المستخدمين للتليفونات المحمولة وزادت نسبة استخدام هذا التطبيق بنسبة ١٩٤٪ خلال شهري مارس وأبريل وهي فترة الإجازات التي حصل عليها الأفراد نتيجة لجائحة كورونا.

٢- مصادر تعرف المراهقين على تطبيق التيك توك:

جدول (٥)

مصادر التعرف على تطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

مصادر التعرف على موقع التيك توك	ك	%
من خلال الاعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بي	104	52.0
من خلال اصدقائي واقاربي	72	36.0
من وسائل الاعلام	24	12.0
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت مصادر التعرف على تطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين (من خلال الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بي) في الترتيب الأول بنسبة ٥٢٪، وفي الترتيب الثاني (من خلال أصدقائي وأقاربي) بنسبة ٣٦٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (من وسائل الإعلام) بنسبة ١٢٪.

ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في انتشار الحملات الإعلانية الممولة التي قام بها تطبيق التيك توك لعرض خصائص التطبيق ودعوة المستخدمين للانضمام والمتابعة وذلك من خلال Tik Tok Arab, edu Tok live, Tik Tok live

واختلفت مع ما توصلت إليه دراسة (السقا، ٢٠٠٧م، ص ١٧) والتي جاء فيها التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق الأهل والأصدقاء في المرتبة الأولى بنسبة ٧٧٪.

وقد يرجع الاختلاف في ترتيب النتيجة في اختيارات الباحثين إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة لكون تطبيقات التواصل الاجتماعي كانت في بدايات تداولها بين الأفراد ولم تكن معروفة للجميع، أما الآن فأصبحت متداولة وبكثرة بين الفئات المختلفة من الأفراد وكذلك المراهقين ومن خلالها يتم متابعة كل جديد في التطبيقات الجديدة، الأمر الذي جعل تطبيق التيك توك وغيره من التطبيقات الجديدة تستفيد من تواجد المستخدمين داخل مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن نفسها.

٣- طرق تعرض المراهقين لمحتوى مقاطع التيك توك:

جدول (٦)

طرق تعرض المراهقين لمحتوى مقاطع التيك توك

طريقة التعرض للمحتوى	ك	%
اختيار وانتقاء للفيديوهات وفقا لقائمة التفضيلات	63	31.5
عن طريق مشاهدة المقترحات التي يضعها الموقع	51	25.5
بالصدفة خاصة وإن الفيديوهات تعرض بطريق عشوائية	47	23.5
عن طريق اقتراحات ودعوات الأصدقاء للمتابعة	39	19.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت في مقدمة طرق تعرض المراهقين لمحتوى مقاطع التيك توك في الترتيب الأول (عن طريق مشاهدة المقترحات التي يضعها الموقع) بنسبة ٣١.٥٪، وفي الترتيب الثاني (اختيار وانتقاء للفيديوهات) بنسبة ٢٥.٥٪، وفي الترتيب الثالث (بالصدفة خاصة وإن الفيديوهات

تعرض بطريق عشوائية) بنسبة ٢٣.٥٪، وفي الترتيب الرابع والأخير (عن طريق اقتراحات ودعوات الأصدقاء للمتابعة) بنسبة ١٩.٥٪.

وتشير طريقة تعرض المراهقين لمحتوي مقاطع التيك توك إلى (اختيار وانتقاء الفيديوهات وفقاً لقائمة التفضيلات) وهي نتيجة منطقية حيث يطلب التطبيق في بداية الانضمام للتطبيق اختيار الفيديوهات وفقاً لقائمة تفضيلات يختار منها المستخدم ما يتلاءم مع اهتماماته.

٤- معدلات وطبيعة تعرض المراهقين للمحتوي غير المرغوب فيه في تطبيق التيك توك:

جدول رقم (٧)

جدول يوضح معدل تعرض المراهقين أنفسهم للمحتوي الغير مرغوب فيه على التيك توك

تعرض المراهقين لمحتوى غير مرغوب فيه	ك	%
دائماً	97	48.5
أحياناً	80	40
أبداً	23	11.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن تعرض المراهقين للمحتوي الغير مرغوب فيه على تطبيق التيك توك جاء دائماً في مقدمة الاختيارات بنسبة ٤٨,٥٪ وفي الترتيب الثاني جاء اختيارهم لأحياناً بنسبة ٤٠٪ في حين لم يتعرض منهم أبداً لمحتوى غير مرغوب بنسبة ١١,٥٪.

وهو ما يشير إلى أن تطبيق التيك توك مثله كمثل العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي سهلت من انتشار المحتوى الغير مرغوب فيه للمراهق.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Livingstone & Bober, 2005, p384) من انتشار المضامين الغير مرغوب فيها على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أثبتت أن ٥٧٪ من المراهقين تعرضوا لمواد إباحية عبر الإعلانات الطفيلية والبريد الإلكتروني كما تعرض ٢٢٪ لمواد ذات محتوى خطر كالعنف وإراقة الدماء وتعرض ٩٪ لأعمال تدعو للكراهية.

جدول يوضح (٨)

طبيعة تعرض المراهقين للمحتوى الغير مرغوب فيه على تطبيق التيك توك

طبيعة تعرض المراهقين لمحتوى غير مرغوب فيه	ك	%
مقصود	82	14
غير مقصود	118	86
الإجمالي	200	100

كما تمثل طبيعة تعرض المراهقين للمحتوي غير المرغوب فيه في التعرض غير المقصود بنسبة ٨٦٪ في حين جاء التعرض المقصود بنسبة ١٤٪.

جدول يوضح (٩)

تعرض الأصدقاء للمحتوى غير المرغوب فيه من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

توقعات بطبيعة تعرض اصدقاء المبحوثين للمحتوى الغير مرغوب فيه	ك	%
دائماً	88	44.0
أحياناً	65	32.5
أبداً	47	23.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت متابعة الأصدقاء لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (دائماً) في الترتيب الأول بنسبة ٤٤٪، يليها في الترتيب الثاني (لا يتابعون) بنسبة ٣٢.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (أحياناً) بنسبة ٢٣.٥٪.

جدول يوضح (١٠)

طبيعة تعرض الأصدقاء للمحتوى الغير مرغوب فيه

طبيعة تعرض الاصدقاء للمحتوي غير مرغوب فيه	ك	%
غير مقصود	102	51
مقصود	98	49
الاجمالي	200	100

كما تمثل اعتقاد المراهقين لتعرض أصدقائهم للمحتوي غير المرغوب فيه في (التعرض غير المقصود) بنسبة ٥١٪ في حين جاء (التعرض المقصود) بنسبة ٤٩٪.

جدول (١١)

متابعة الآخرين لتطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

متابعة الآخرين	ك	%
دائماً	118	59
أحياناً	77	38.5
أبداً	5	2.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت متابعة الآخرين لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (دائماً) في الترتيب الأول بنسبة ٥٩٪، يليها في الترتيب الثاني (أحياناً) بنسبة ٣٨.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (لا يتابعون) بنسبة ٢.٥

جدول يوضح (١٢)

طبيعة تعرض الآخرين للمحتوى الغير مرغوب فيه من وجهة نظر المراهقين

طبيعة تعرض المراهقين لمحتوي غير مرغوب فيه	ك	%
مقصود	145	72.5
غير مقصود	55	27.5
الإجمالي	200	100

كما تمثل اعتقاد المراهقين لتعرض الآخرين للمحتوى غير المرغوب فيه في (التعرض المقصود) بنسبة ٧٢.٥٪ في حين جاء (التعرض الغير المقصود) بنسبة ٢٧.٥٪.

ومن الجداول السابقة نلاحظ ارتفاع معدلات تعرض المراهقين أنفسهم وأصدقائهم والآخرين للمحتوى الغير مرغوب فيه وهو ما يثبت شبه اتفاق على أن هذا التطبيق يضم محتوى غير مرغوب فيه يخترق القيم والسلوكيات بالإثارة والعنف والتتمر والتعصب وغيرها من المحتوى الذي يدمر الأخلاق والقيم لدى المجتمع.

أما عن شكل التعرض فقد أكد المراهقون أن تعرضهم للمحتوى الغير مرغوب فيه جاء بشكل (غير مقصود) في الترتيب الأول بنسبة كبيرة وصلت إلى ٨٦٪ في حين جاءت تقديراتهم لتعرض أصدقائهم لنفس المحتوى بشكل (غير مقصود) بنسبة ٥١٪، أما عن الآخرين فقد أكد المراهقون تعرضهم للمحتوى الغير مرغوب فيه بشكل (مقصود) بنسبة كبيرة تصل ٧٢.٥٪، وهو ما يؤكد ثبوت فرضية نظرية تأثيرية الآخرين فيما يتعلق بالمسافة الاجتماعية والتي عادة ما تتسبب تأثر الآخرين بالمضامين السلبية، إذ أكد المراهقون تعرضهم للمحتوى الغير مرغوب فيه بتطبيق التيك توك بشكل كبير ولكنهم استبعدوا قصدية التعرض لأنفسهم ولأصدقائهم ونسبوها للآخرين.

٥- المواد التي يتابعها المراهقون على تطبيق التيك توك (تم اختيار أكثر من بديل):

جدول (١٣)

المواد التي يتابعها المراهقون (عينة الدراسة) على تطبيق التيك توك

المواد التي يتابعها المراهقون	ك	%
مقاطع من أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين	103	22.5
مقاطع من أعمال درامية ومسرحية حقيقية	91	19.8
مقاطع الخدع والتحديات	63	13.8
مشاهير الفن والرياضة	55	12
البث المباشر	53	11.5
الترند (الأكثر مشاهدة)	41	8.9
مقاطع الأصدقاء والمتابعين	21	4.8
الموضة والأزياء	18	3.9
مقاطع غير مرغوب فيها	13	2.8
الإجمالي	458	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت المواد التي يتابعها المراهقون على تطبيق التيك توك (مقاطع من أعمال درامية بأداء تمثيلي للمستخدمين) في الترتيب الأول بنسبة ٢٢.٥٪، وفي الترتيب الثاني من (مقاطع من أعمال درامية ومسرحية حقيقية) بنسبة ١٩.٨٪، وفي الترتيب الثالث (مقاطع الخدع والتحديات) بنسبة ١٣.٨٪، وفي الترتيب الرابع (مشاهير الفن والرياضة) بنسبة ١٢٪، وفي الترتيب الخامس (البث المباشر) بنسبة ١١.٥٪، وفي الترتيب السادس (الترند والأكثر مشاهدة) بنسبة ٨.٩٪، وفي الترتيب السابع (مقاطع الأصدقاء والمتابعين) بنسبة ٤.٨٪، وفي الترتيب الثامن (الأزياء والموضة) بنسبة ٣.٩٪، وفي الترتيب التاسع والأخير جاءت (المحتوى الغير مرغوب فيه) بنسبة ٢.٨٪.

وتعكس نتائج الجدول السابق تفضيل المراهقين (لاختيار مقاطع من الأعمال الدرامية والغنائية بأسلوب تمثيل المستخدمين) وهي الميزة التي انفرد بها تطبيق التيك توك عن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى حيث سهل للمستخدم إنتاج هذه الفيديوهات بإضافة العديد من المؤثرات التي يتيحها التطبيق بسهولة وإمكانية تسجيل التمثيل وبأداءات متنوعة ومتعددة وأفكار مختلفة لنفس المقطع الغنائي وباستخدام حركات وإشارات جسدية يتنافس عليها المراهقين من أجل كسب الإعجابات وجمع متابعين وتعليقات، وتأخر تفضيلهم للمحتوى الغير مرغوب فيه على موقع التيك توك.

جدول (١٤)
المواد التي يتابعها الأصدقاء على تطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

المواد التي يتابعها الأصدقاء	ك	%
مقاطع من أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين	112	20.4
مقاطع الاصدقاء والمتابعين	94	17.1
مشاهير الفن والرياضة	83	15.1
مقاطع الخدع والتحديات	78	14.2
الترند والأكثر مشاهدة	51	9.3
مقاطع غير مرغوب فيها	47	8.6
البث المباشر	46	8.4
مقاطع من أعمال درامية ومسرحية حقيقية	34	6.2
الموضة والأزياء	4	.7
الإجمالي	549	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت المواد التي يتابعها المراهقون علي تطبيق التيك توك (مقاطع من أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين) في الترتيب الأول بنسبة ٢٠.٤٪، وفي الترتيب الثاني من (مقاطع الأصدقاء والمتابعين) بنسبة ١٧.١٪، وفي الترتيب الثالث (مشاهير الفن والرياضة) بنسبة ١٥.١٪، وفي الترتيب الرابع (مقاطع الخدع والتحديات) بنسبة ١٤.٢٪، وفي الترتيب الخامس (الترند والأكثر مشاهدة) بنسبة ٨.٦٪، وفي الترتيب السادس (مقاطع غير مرغوب فيها) بنسبة ٨.٦٪، وفي الترتيب السابع (البث المباشر) بنسبة ٨.٤٪، وفي الترتيب الثامن (مقاطع من أعمال درامية ومسرحية حقيقية) بنسبة ٦.٢٪، وفي الترتيب التاسع والأخير جاءت (الموضة والأزياء) بنسبة ٠.٧٪. **وتعكس نتائج الجدول السابق** تقديرات المراهقين لتفضيلات اصدقائهم في (لاختيار مقاطع من الأعمال الدرامية والغنائية بأسلوب تمثيل المستخدمين) في الترتيب الأول وهو ما يعكس مدي تقارب التفضيلات بين الذات والأصدقاء ويمكن تفسيرها في إطار المسافة الاجتماعية بين الذات والأصدقاء بأن الأصدقاء امتداد للذات.

جدول (١٥)

المواد التي يتابعها الآخرون على تطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين

المواد التي يتابعها الآخرون	ك	%
الترند والأكثر مشاهدة	104	20.1
مقاطع غير مرغوب فيها	90	17.3
مقاطع الخدع والتحديات	84	16.2
مشاهير الفن والرياضة	72	13.8
البث المباشر	49	9.4
مقاطع من أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين	44	8.4
مقاطع من أعمال درامية ومسرحية حقيقية	38	7.3
مقاطع الأصدقاء والمتابعين	32	6.1
الموضة والأزياء	8	1.5
الإجمالي	518	100
اجمالي من سئلا	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت المواد التي يتابعها الأصدقاء على تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (كل جديد) في الترتيب الأول بنسبة ٢٠.٤٪ ، وفي الترتيب الثاني من (تقليد المشاهير) بنسبة ١٧.١٪، وفي الترتيب الثالث (الأكثر مشاهدة) بنسبة ١٥.١٪، وفي الترتيب الرابع (الأصدقاء) بنسبة ١٤.٢٪ ، وفي الترتيب الخامس (الرياضية) بنسبة ٨.٦٪، وفي الترتيب السادس (الفن) بنسبة ٨.٦٪، وفي الترتيب السابع (الأزياء) بنسبة ٨.٤٪، وفي الترتيب الثامن (الأقارب) بنسبة ٦.٢٪، وفي الترتيب التاسع والآخر جاءت (الدينية) بنسبة ٠.٧٪ . . . وتنعكس نتائج الجدول السابق تقديرات المراهقين لتفضيلات الآخرين في (الترند والأكثر مشاهدة) في الترتيب الأول.

وبمقارنة الجداول (١٥، ١٤، ١٣) يتضح اختلاف ترتيب المراهقين لتفضيلات وميول تطبيق التيك توك بالنسبة لأنفسهم ولأصدقائهم وللآخرين؛ حيث فضل لنفسه الجانب الدرامي الفكاهي واحتل المحتوى الغير مرغوب فيه الترتيب الأخير، في حين امتد اختياره لأصدقائه في المحتوى الدرامي والفكاهي الترفيهي، وجاء المحتوى الغير مرغوب فيه متأخراً أيضاً، أما بالنسبة للآخرين فقد أكد على أن الترتند والمحتوى الغير مرغوب فيه هو ما يحكم تفضيلات الآخرين في محتوى التيك توك، وهو ما يعكس رؤية المراهقين للآخرين في كونهم أقل وعياً في الاختيارات والتفضيلات حيث يميل إلى متابعة ما هو مطروح من الآخرين دون تدقيق، بالإضافة إلى تقدم تفضيله للتعرض للمحتوى الغير مرغوب فيه في الاختيار

الثاني، وهو ما يعكس رؤية المراهقين للآخرين بأنهم أكثر تعرضًا للمضامين السلبية من أنفسهم ومن أصدقائهم.

٦- ترتيب أسماء الأشخاص التي يتابعها المراهقون عبر تطبيق التيك توك:

جدول (١٦)

ترتيب أسماء الأشخاص التي يتابعها المراهقون عبر تطبيق التيك توك توك

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الترتيب										أسماء الأشخاص
		العاشر	التاسع	الثامن	السابع	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	
14.5	1635	0	10	9	3	8	5	4	18	84	59	مودة الأدهم
12.2	1372	8	0	12	66	0	3	0	9	62	40	حنين حسام
12	1354	0	11	1	41	3	59	9	0	8	68	الشرقاوي
11.7	1322	1	3	5	0	100	15	3	67	3	3	ريناد عماد
11.2	1262	18	2	4	3	62	6	90	0	4	11	نانسي زيدان
8.5	963	3	59	6	9	5	8	68	32	10	0	رودينا أحمد
7.59	856	63	16	31	5	٣	59	11	3	9	0	شريف خالد
7.58	855	36	12	121	3	4	0	6	0	11	7	القيصر
7.53	850	62	0	0	64	18	41	5	7	3	0	محمود الشيمي
7.2	810	9	87	11	3	0	4	4	64	6	12	جهاد حسن
11279		مجموع الأوزان المرجحة					200					جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: ترتيب أسماء الأشخاص التي يتابعها المراهقون عبر تطبيق التيك توك، حيث جاء في المرتبة الأولى (مودة الأدهم) بوزن مؤوي ١٤.٥ ٪ ، وفي المرتبة الثانية (حنين حسام) بوزن مؤوي ١٢.٢ ٪ ، وفي الترتيب الثالث جاء (الشرقاوي) بوزن مؤوي ١٢ ٪ ، وفي المرتبة الرابعة جاء (ريناد عماد) بوزن مؤوي ١١.٧ ٪ ، وفي المرتبة الخامسة جاء (نانسي زيدان) بوزن مؤوي ١١.٢ ٪ ، وفي المرتبة السادسة جاء (رودينا أحمد) بوزن مؤوي ٨.٥ ٪ ، وفي المرتبة السابعة جاء (شريف خالد) بوزن مؤوي ٧.٥٩ ٪ ، وفي المرتبة الثامنة جاء (القيصر) بوزن مؤوي ٧.٥٨ ٪ ، وجاء (محمود الشيمي) في المرتبة التاسعة بوزن مؤوي ٧.٥٣ ٪ ، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة جاءت (جهاد حسن) بوزن مؤوي ٧.٢ ٪ .

ومما سبق نلاحظ: تقدم متابعة صفحات الفيديوها التي تقدمها الإناث مقارنة بصفحات يقدمها الذكور وهي وسيلة لجذب المتابعين وتحقيق المكسب الافتراضي التي تسعى إليه المراهقات للفت انتباه الناس إليها ولتبقى تحت دائرة الاهتمام من أجل زيادة عدد المعجبين لمشاهدة الفيديوها، وتتفق هذه

النتيجة إلى حد كبير مع نتائج تفوق الذكور في معدل الاستخدام مقارنة بالإناث؛ إذ تهدف تلك الفيديوهات لإثارة الغرائز من أجل البحث عن الشهرة الإلكترونية والربح، ولذا أطلق البعض على هذا التطبيق مصطلح المصيدة الإلكترونية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سماح، ٢٠٢٠م، ص ٤٤٨) بأن ظهور فئة الإناث كانت الأعلى بنسبة ٨٧.٣٦٪ من فئات وحدات التحليل لتطبيق التيك توك عن الذكور بنسبة ١٢.٣٦٪.

٧- الشخصيات التي يتناقش معها المراهقون في محتوى مقاطع التيك توك:

جدول (١٧)

الشخصيات التي يتناقش معها المراهقون في محتوى مقاطع التيك توك

الشخصيات التي يتناقش معها المراهقين	ك	%
الأصدقاء	147	57
لا أتناقش مع أحد	82	31.8
المدرسين	23	8.9
الأسرة	6	2.3
الإجمالي	258	100
إجمالي من سئلوا	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت في مقدمة الشخصيات التي يتناقش معها المراهقون في محتوى مقاطع التيك توك في الترتيب الأول (الأصدقاء) بنسبة ٥٧٪، وفي الترتيب الثاني (لا أتناقش مع أحد) بنسبة ٣١.٨٪، وفي الترتيب الثالث (المدرسين) بنسبة ٨.٩٪، وفي الترتيب الرابع والأخير (الأسرة) بنسبة ٢.٣٪.

ويمكن إرجاع السبب في النتيجة السابقة إلى أن التطبيق صمم في الأساس ليكون عالمًا مغلقًا للمراهقين والصغار، فلقد كان أحد أسباب نجاحه هو استهدافه الموفق لشريحة جديدة من المستخدمين وهم صغار السن من ١٣: ١٨ سنة، هذه الشريحة التي عزفت عن الوجود على تطبيق الفيس بوك الذي أضحى مكان وجود الآباء والأمهات والأقارب بينما هم يريدون مساحتهم الخاصة التي يشاركون فيها اهتماماتهم مع من يمثلونهم في السن ومع أصدقائهم دون إشراف أبوي.

٨- ممارسة المراهقين التحديات الخطرة التي تطرح بالتيك توك:

جدول (١٨)

ممارسة المراهقين أنفسهم للتحديات الخطرة التي تطرح بالتيك توك

ممارسة المراهقين للتحديات الخطرة	ك	%
لا	139	69.5
نعم	61	30.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٦٩.٥٪ من المراهقين المبحوثين لم يمارسوا التحديات الخطرة التي يقوم بها مستخدمو التيك توك، في حين أن نسبة ٣٠.٥٪ أكدوا ممارستها لتلك التحديات.

جدول (١٩)

ممارسة الأصدقاء للتحديات الخطرة التي تطرح بالتيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة

ممارسة الأصدقاء للتحديات الخطرة	ك	%
لا	113	56.5
نعم	87	43.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٥٦.٥٪ من المراهقين المبحوثين أكدوا على عدم ممارسة أصدقائهم التحديات الخطرة التي يقوم بها مستخدمو التيك توك، في حين أن نسبة ٤٣.٥٪ منهم أشاروا إلى ممارسة أصدقائهم لتلك التحديات منهم.

جدول (٢٠)

ممارسة الآخرين للتحديات الخطرة التي تطرح بالتيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة

ممارسة الآخرين للتحديات الخطرة	ك	%
نعم	178	89
لا	22	11
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٨٩٪ من المراهقين المبحوثين أكدوا على ممارسة الآخرين التحديات الخطرة التي يقوم بها مستخدمي التيك توك، في حين أن نسبة ١١٪ منهم أشاروا إلى عدم ممارسة الآخرين لتلك التحديات.

وتشير الجداول السابقة (٢٠، ١٩، ١٨) إلى عدم ممارسة المراهقين للتحديات الخطرة مقابل ممارسة

الآخرين لهذه التحديات، وقد يرجع السبب في ذلك إلى إدراك المراهقين لمخاطر تلك التحديات التي تؤدي إلى الوفاة أثناء ممارستها مثل تحدي كسر الجمجمة الذي أدى إلى إصابات عدد كبير من المشاركين في التحدي بالشلل أو الوفاة.

٩- استجابات المراهقين على مقياس (أسباب متابعة تطبيق التيك توك):

جدول (٢١)

(أسباب متابعة تطبيق التيك توك)

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	.588	2.66	6.0	12	22.0	44	72.0	144	تقدم قوالب فكاهية تقلل من شعوري من الملل
موافق	.658	2.60	9.5	19	21.5	43	69.0	138	اشعر معها بالمتعة والاثارة
موافق	.614	2.57	6.5	13	30.0	60	63.5	127	لتحقيق عائد مادي من خلال انتاج فيديوهات مميزة
موافق	.687	2.52	11.0	22	26.0	52	63.0	126	تشجعني على تكوين صداقات جديدة والتواصل مع الآخرين
موافق	.611	2.37	7.0	14	49.5	99	43.5	87	تعرفني ببعض المواهب الشخصية للأفراد اللي يتابعهم
موافق	.679	2.36	11.5	23	41.5	83	47.0	94	لجاذبية الفيديوهات التي يحتوي عليها التطبيق من غناء ورقص وتحديات
موافق	.718	2.34	14.5	29	37.5	75	48.0	96	تساعدني في تحقيق الشهرة من خلاله عرض فيديواتي
محايد	.770	2.30	19.0	38	32.0	64	49.0	98	تمكنني من متابعة المشاهير ومخاطبتهم
محايد	.583	2.30	6.5	13	57.5	115	36.0	72	تساعدني على التخلص من ضغوط الحياة والدراسة بطريقة ساخرة
محايد	.715	2.30	15.0	30	40.5	81	44.5	89	لمشاركة اصدقائي فيما يتابعونه وينتجون من فيديوهات
محايد	.879	2.29	28.0	56	14.5	29	57.5	115	التسلية وقضاء وقت الفراغ
محايد	.819	2.14	27.5	55	31.5	63	41.0	82	تمدني بمعلومات جديدة
محايد	.806	1.94	35.5	71	35.0	70	29.5	59	اعتدت على متابعتها يوميًا
موافق			2.358		المتوسط المرجح للمقياس		200		جملة من سئولا

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (تقدم قوالب فكاهية تقلل من شعوري من الملل) جاءت في مقدمة أسباب متابعة المراهقين لتطبيق التيك توك بمتوسط مرجح ٢.٦٦، ثم (أشعر معها بالمتعة والإثارة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٦٠، ثم جاء (لتحقيق عائد مادي من خلال إنتاج فيديوهات مميزة) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٥٧، ثم في المرتبة الرابعة (تشجعتني على تكوين صداقات جديدة والتواصل مع الآخرين) بمتوسط مرجح ٢.٥٢، ثم في المرتبة الخامسة (تعرفني ببعض المواهب الشخصية للأفراد اللي بتابعهم) بمتوسط مرجح ٢.٣٧، ثم (لجاذبية الفيديوهات التي يحتوي عليها التطبيق من غناء ورقص وتحديات) في المرتبة السادسة بمتوسط ٢.٣٦، ثم (تساعدني في تحقيق الشهرة من خلاله عرض فيديوهاتني)، و(تمكنني من متابعة المشاهير ومخاطبتهم)، و(تساعدني على التخلص من ضغوط الحياة والدراسة بطريقة ساخرة)، (لمشاركة أصدقائي فيما يتابعونه وينتجون من فيديوهات) في المرتبة السابعة بمتوسط مرجح ٢.٣٠، وفي المرتبة الثامنة (التسلية وقضاء وقت الفراغ) بمتوسط مرجح ٢.١٤، وفي المرتبة التاسعة (تمدني بمعلومات جديدة) بمتوسط مرجح ٢.١٤، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة (اعتدت على متابعتها يومياً) بمتوسط مرجح ١.٩٤.

وجاء المتوسط المرجح لمقياس (أسباب متابعة المراهقين لتطبيق التيك توك) ٢.٣٥٨ وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي.

وهو ما يشير إلى ارتفاع دوافع متابعة المراهقين لتطبيق التيك توك بشكل كبير. والتي تمثلت معظمها في البحث عن دوافع التسلية والترفيه والبعد عن الملل في مقدمة الدوافع والبحث عن العائد المادي والتواصل مع الآخرين وتحقيق الشهرة في المرتبة الثانية وكلها حاجات استطاعت مواقع التواصل الافتراضي من إشباعها لدى المراهقين وهو ما جعلهم يهربون من الواقع وضغوطه إلى العوالم الافتراضية التي تساعدهم من تحقيق الكثير من أهدافهم وما يتفق مع خصائص المرحلة العمرية التي تبحث لها عن دور وفي العادة ما يطمح في تحقيق نموذج يتسم بالشهرة.

واتفقت الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (عز الدين، ٢٠١٩م، ص ٥٥٦) أن من أهم أسباب تفضيل تطبيقات الأندرويد من أجل الترفيه أي كوسيلة ترفيهية وليست لدوافع معرفية، كما اتفقت مع دراسة (شيماء عز الدين، ٢٠٢٠م، ص ٢٨٧) من أن الدافع الأساسي لاستخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك يهدف إلى التسلية وملء وقت الفراغ واتفقت مع ما توصلت إليه دراسة (أشرف لعوابدية، ٢٠١٩م، ص ٧٧) من تقدم فئة الموضوعات الترفيهية والتي احتلت الترتيب الأول في محتوى التيك توك بنسبة ٤٨٪، في حين اختلفت مع ما توصلت إليه دراسة (رضا الأشرم، ٢٠١٥م) حيث جاءت أهم أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في استكشاف الصداقات والعلاقات مع الأشخاص يليها الاتصال مع أشخاص يعرفونهم بالفعل.

١٠- ترتيب أشكال التفاعل التي يستخدمها المراهقون في تطبيق التيك توك:

جدول (٢٢)

ترتيب أشكال التفاعل التي يستخدمها المراهقون أنفسهم في تطبيق التيك توك

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الترتيب					أشكال التفاعل
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	
25.6	767	82	53	31	18	16	أفاعل بالإعجاب
23.2	695	64	56	20	31	29	كتابة تعليق
19.8	593	47	28	32	57	36	أشارك الفيديوهات التي تنال إعجابي
17.8	535	7	42	74	33	44	أنفذ العديد من الفيديوهات عبر صفحتي
13.6	410	0	21	43	61	75	أمارس ألعاب تحديات المطروحة عبر التطبيق
3000	مجموع الأوزان المرجحة	200					جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: تقدم أشكال التفاعل التي يقوم بها المراهقون خلال استخدامهم لتطبيق التيك توك (التفاعل بالإعجاب)، حيث جاء في المرتبة الأولى بوزن مؤوي ٢٥.٦٪، وفي المرتبة الثانية (كتابة تعليق) بوزن مؤوي ٢٣.٢٪، وفي الترتيب الثالث جاء (أشارك الفيديوهات التي تنال إعجابي) بوزن مؤوي ١٩.٨٪، وفي المرتبة الرابعة جاء (أنفذ العديد من الفيديوهات عبر صفحتي) بوزن مؤوي ١٧.٨٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء (أمارس ألعاب تحديات المطروحة عبر التطبيق) بوزن مؤوي ١٣.٦٪.

ويظهر الجدول تنوعاً في أساليب التفاعل التي يمارسها المراهق تجاه المحتوى الاتصالي لتطبيق التيك توك، إذ اختار المراهقون أكثر من شكل من أشكال التفاعل وهو ما يؤكد على التفاعل الواسع الذي يحظى به تطبيق التيك توك والذي يمكن إرجاعها إلى تفضيل هذا المحتوى من الفيديوهات عن غيره من المحتوى المكتوب، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أشرف لعابدية، ٢٠١٩م - ص ٩٣) من أن الشباب هم الأكثر تفاعلاً بالإعجاب والتعليقات على محتوى التيك توك بنسبة ٥٦.٦٪، ودراسة (فتحي؛ عبد الغفار، ٢٠٢٠م، ص ١٦٣٩) من تقدم الإعجاب كشكل من أشكال التفاعلية عبر التيك توك.

جدول (٢٣)

ترتيب أشكال التفاعل التي يستخدمها الأصدقاء في تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة:

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الترتيب					اشكال التفاعل
		الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	
25.2	755	23	17	21	60	79	مشاركة الفيديوهات التي تنال إعجابهم
22.3	670	42	9	31	73	45	تنفيذ العديد من الفيديوهات عبر صفحتهم
20.5	615	14	61	55	36	34	التفاعل بالإعجاب
17.9	538	54	38	52	28	28	ممارسة ألعاب التحدي المطروحة عبر موقع التيك توك
14.1	422	67	75	41	3	14	كتابة تعليق
3000	مجموع الأوزان المرجحة			200		جملة من سئلوا	

يتضح من الجدول السابق: تقدم (مشاركة الفيديوهات التي تنال الإعجاب) اشكال التفاعل التي يقوم بها الآخرون خلال استخدامهم لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين حيث جاء في المرتبة الأولى بوزن مؤوي ٢٥.٢٪، وفي المرتبة الثانية (تنفيذ العديد من الفيديوهات عبر صفحتي) بوزن مؤوي ٢٢.٣٪، وفي الترتيب الثالث جاء (التفاعل بالإعجاب) بوزن مؤوي ٢٠.٥٪، وفي المرتبة الرابعة جاء (ممارسة ألعاب التحدي المطروحة عبر موقع التيك توك) بوزن مؤوي ١٧.٩٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء (كتابة تعليق) بوزن مؤوي ١٤.١٪.

جدول (٢٤)

ترتيب أشكال التفاعل التي يستخدمها الآخرون في تطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الترتيب					أشكال التفاعل
		الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	
27.1	815	17	2	21	69	91	تنفيذ العديد من الفيديوهات عبر صفحتي
22.8	683	36	15	24	80	45	ممارسة ألعاب التحدي المطروحة عبر موقع التيك توك
20.2	606	19	43	82	25	31	كتابة تعليق
16.2	485	51	68	41	25	15	التفاعل بالإعجاب
13.7	411	77	72	32	1	18	مشاركة الفيديوهات التي تنال إعجابي
3000	مجموع الأوزان المرجحة			200		جملة من سئلوا	

يتضح من الجدول السابق: تقدم (تنفيذ العديد من الفيديوهات عبر صفحتي) أشكال التفاعل التي يقوم بها الأصدقاء خلال استخدامهم لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين، حيث جاء في المرتبة الأولى بوزن مؤوي ٢٧.١٪، وفي المرتبة الثانية (ممارسة ألعاب التحدي المطروحة عبر موقع التيك توك) بوزن مؤوي ٢٢.٨٪، وفي الترتيب الثالث جاء (كتابة تعليق) بوزن مؤوي ٢٠.٢٪، وفي المرتبة الرابعة جاء (التفاعل بالإعجاب) بوزن مؤوي ١٦.٢٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء (مشاركة الفيديوهات التي تتال الإعجاب) بوزن مؤوي ١٣.٧١٪.

١١- مدى احتواء تطبيق التيك توك على محتوى غير مرغوب فيه من وجهة نظر المراهقين:

جدول (٢٥)

مدى احتواء تطبيق التيك توك على محتوى غير مرغوب فيه من وجهة المراهقين عينة الدراسة

الاتجاه العام	المرجع المتوسط	المعيار	غير موجود		متوسط		بشكل كبير		الاتجاه
			ك	%	ك	%	ك	%	
كبير	2.71	.514	6	3.0	45	22.5	149	74.5	ظهرت من خلاله البيوت كصالات للرقص والغناء وانتهاك خصوصية الحياة
كبير	2.55	.655	18	9.0	54	27.0	128	64.0	تضمن استعراض صور لملايس عارية خارجة عن الآداب العامة
كبير	2.43	.727	28	14.0	57	28.5	115	57.5	استخدام الفتيات للموقع كسلع لتحقيق شهرة إلكتروني وإرباح مالية مما يساعد على نشر الفاحشة
كبير	2.42	.697	24	12.0	67	33.5	109	54.5	يحتوي على مشاهد إباحية
متوسط	2.31	.746	34	17.0	70	35.0	96	48.0	يحتوي على مشاهد عنف ودموية
متوسط	2.29	.830	48	24.0	46	23.0	106	53.0	يضم الكثير من أساليب التنمر والتحرش عبر التعليقات المختلفة
متوسط	2.28	.766	38	19.0	67	33.5	95	47.5	استخدام ألفاظ وإيحاءات خارجة تقدم أفكار هادمة لقيمنا وعاداتنا وتقاليدنا العربية
متوسط	2.02	.853	70	35.0	55	27.5	75	37.5	يحتوي على موسيقي وأغاني هابطة
متوسط	2.00	.851	72	36.0	56	28.0	72	36.0	يعرض آراء دينية متشددة ومتطرفة
متوسط	1.85	.807	82	41.0	66	33.0	52	26.0	يضم العديد من التحديات الخطرة
متوسط			2.288	المتوسط المرجح للمقياس			200	جملة من سئلا	

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (ظهرت من خلاله البيوت كصالات رقص وغناء وانتهاك خصوصية الحياة) جاءت في مقدمة المحتويات الغير مرغوبة على تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين بمتوسط مرجح ٢.٧١، ثم (تضمن استعراض صور لملايس عارية خارجة عن الآداب العامة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٥٥، ثم جاء (استخدام الفتيات للموقع كسلع لتحقيق شهرة إلكتروني وأرباح مالية مما يساعد على نشر الفاحشة) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٤٣، ثم في المرتبة الرابعة (يحتوي على مشاهد إباحية) بمتوسط مرجح ٢.٤٢، ثم في المرتبة الخامسة (يحتوي على مشاهد عنف ودموية) بمتوسط مرجح ٢.٣١، ثم (يضم الكثير من اساليب التمر والتحرش عبر التعليقات المختلف) في المرتبة السادسة بمتوسط ٢.٢٩، ثم (تقدم أفكار هادمة لقيمنا وعاداتنا وتقاليدينا العربية خلال من استخدام ألفاظ وإيحاءات خارجة) في المرتبة السابعة بمتوسط مرجح ٢.٢٨، وفي المرتبة الثامنة (يحتوي على موسيقى وأغاني هابطة) بمتوسط مرجح ٢.٠٢، وفي المرتبة التاسعة (يساعد على التطرف الديني من خلال عرضه لآراء دينية متشددة ومتطرفة) بمتوسط مرجح ٢.٠٠، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة (يضم العديد من التحديات الخطرة) بمتوسط مرجح ١.٨٥.

وجاء المتوسط المرجح لعبارات المقياس بالكامل ٢.٢٨٨ وهو ما يعادل اتجاه متوسط على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى أن المحتوى الغير مرغوب على تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين موجود بشكل متوسط.

ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في قدرة المراهقين للتعرف على ما يتضمنه التطبيق من مضامين غير مرغوبة وبته لمضامين دخيلة على مجتمعاتنا العربية المحافظة دون وجود ضوابط أخلاقية، وتمثلت اتجاهات المراهقين بالتأكيد على أن أهم مضمون ظهر بارزاً في المضامين الغير مرغوبة هو تحول البيوت إلى صالات رقص وغناء مما انتهك الحياة الخاصة، يليه ما تضمنه من استعراض صور لملايس عارية خارجة عن الآداب العامة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (جعود سماح، ٢٠٢٠م، ص ٤٤٨) من أن ٨٩.٤٪ من فيديوهات تطبيق التيك توك تتضمن مشاهد أغاني ورقص.

١٢ - مستوى رضا المراهقين عن محتوى تطبيق التيك توك:

جدول (٢٦)

مستوى رضا المراهقين عن محتوى تطبيق التيك توك

مستوى رضا المراهقين	ك	%
راضي إلى حد ما	84	42
غير راضي	71	35.5
راضي	45	22.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى رضا المراهقين عن محتوى تطبيق التيك توك (راضي إلى حد ما) في الترتيب الأول بنسبة ٤٢٪، وفي الترتيب الثاني (غير راضي) بنسبة ٣٥.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (راضي) بنسبة ٢٢.٥٪.

جدول (٢٧)

مستوى رضا لدى الأصدقاء عن محتوى تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة

مستوى رضا الأصدقاء	ك	%
راضي	109	54.5
غير راضي	83	41.5
راضي إلى حد ما	8	4
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى الرضا لدى الأصدقاء عن محتوى تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (راضي) في الترتيب الأول بنسبة ٤٢٪، وفي الترتيب الثاني (غير راضي) بنسبة ٣٥.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (راضي إلى حد ما) بنسبة ٢٢.٥٪.

جدول (٢٨)

مستوى الرضا لدى الأصدقاء عن محتوى تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة

مستوى رضا الآخرين	ك	%
راضي	124	62
راضي إلى حد ما	59	29.5
غير راضي	17	8.5
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى الرضا لدى الآخرين عن محتوى تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (راضي) في الترتيب الأول بنسبة ٦٢٪، وفي الترتيب الثاني (راضي إلى حد ما) بنسبة ٢٩.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (غير راضيين) بنسبة ٨.٥٪.

اختلف مستوى الرضا عند المراهقين أنفسهم عن تقديراتهم لرضا كل من أصدقائهم ومستوى رضا الآخرين؛ حيث عبر عن نفسه بأنه راضي إلى حد ما في الترتيب الأول وغير راضي في الترتيب الثاني، ويمكن إرجاع السبب لرؤيته أن هناك سلبيات أظهرتها الجداول السابقة لبعض المحتويات الغير مرغوبة، فتمثلت إجابته بأنه أكثر وعياً لهذه السلبيات فجاءت الإجابات متحفظة حول مستوى الرضا لما يقدمه،

في حين جاءت تقديراته للآخرين بأنهم راضيين في الترتيب الأول وراضين إلى حد ما في الترتيب الثاني؛ مما يدل على الاستخدام الغير واعي للآخرين وتقبلهم للتطبيق بكل سلبياته.

١٣ - مستوى ثقة المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك:

جدول (٢٩)

مستوى ثقة المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك

الاتجاه العام	المؤشر المعياري	المتوسط المرجح	غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	.722	2.52	13.5	27	21.0	42	65.5	131	تمثيل المقاطع الاباحية حقيقة
موافق	.722	2.51	13.5	27	21.5	43	65.0	130	مقاطع الفيديو تعكس الواقع
موافق	.761	2.45	16.5	33	22.0	44	61.5	123	الثقة في القدرة على ممارسة التحديات المطروحة
موافق	.816	2.37	21.5	43	20.0	40	58.5	117	معظم المعلومات المطروحة في الفيديوهات القصيرة حقيقية
محايد	.884	2.25	29.5	59	16.0	32	54.5	109	تلعب المؤثرات الصوتية دور في خداع الفيديو المقدم
محايد	.611	1.91	14.5	29	62.0	124	23.5	47	فيديوهات الضرب والقتل غير حقيقة
محايد	.712	1.31	83.5	167	2.0	4	14.5	29	يتم القتل بشكل حقيقي عن طريق الجماعات الإرهابية
محايد			٢٠١٨٩		المتوسط المرجح للمقياس		200		جملة من سئولا

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (تمثيل المقاطع الإباحية حقيقة) جاءت في مقدمة عبارات مقياس مستوى ثقة المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك بمتوسط مرجح ٢.٥٢، ثم (مقاطع الفيديو تعكس الواقع) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٥١، ثم جاء (الثقة في القدرة علي ممارسة التحديات المطروحة) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٤٥، ثم في المرتبة الرابعة (معظم المعلومات المطروحة في الفيديوهات القصيرة حقيقية) بمتوسط مرجح ٢.٢٥، ثم في المرتبة الخامسة (تلعب المؤثرات الصوتية دورًا في خداع الفيديو المقدم) بمتوسط مرجح ٢.٣١، ثم (فيديوهات الضرب والقتل غير حقيقة) في المرتبة السادسة بمتوسط ١.٩١، ثم (يتم القتل بشكل حقيقي عن طريق الجماعات الإرهابية) في المرتبة السابعة بمتوسط مرجح ١.٣١.

وجاء المتوسط المرجح لعبارات المقياس بالكامل ٢.١٨٩ وهو ما يعادل اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى أن مستوى ثقة متوسط للمراهقين في محتوى تطبيق التيك توك.

وهذه النسب تشير إلى مؤشرات خطيرة فإن مجرد موقف المراهقين كمحايد من المحتوى الغير مرغوب فيه وما يطرحه من قيم وسلوكيات شاذة وبنسب مرتفعة تصل إلى مستوى متوسط من الثقة فهذا يدل على أن المراهقين تأثروا بما تتضمنه تلك التطبيقات ومضامينها استطاعت إقناعهم بأفكارها الشاذة، وتعتقد الباحثة أن درجة ثقتهم في تلك التطبيقات قد تتجاوز حد المحايد ولكن يمكن أن يكونوا قد أخفوا مدى ثقتهم واقتناعهم بهذا المحتوى خشية أن يشار إليهم بتأييدهم بما يتضمنه من تجاوزات قيمية وأخلاقية، ولذا فنتوقع الباحثة أن تكون درجة الثقة أعلى من ذلك، كما تعكس نتيجة الجدول قدرة هذه التطبيقات على اختراق قيم وسلوكيات المجتمعات العربية وإحلالها وإدخال ثقافات دخيلة على مجتمعاتنا العربية المحافظة، وأصبحت تلك التطبيقات هي الوسيط لنقل أيديولوجيات تلك المجتمعات وخلق جيل جديد مؤيد لتلك الأيديولوجيات، وهو ما يدفعنا للخوف على هؤلاء المراهقين الذين يقعون في براثن هذا المحتوى بسهولة خاصة في ظل ارتفاع تعرضهم له.

١٤- ما مدى ضرر محتوى التيك توك على مستخدميه من وجهة نظر المراهقين:

جدول (٣٠)

التأثير الضار لتطبيق التيك توك على مستخدميه من وجهة نظر المبحوثين

التأثير	ك	%
ضار جدًا	161	80.5
ضار إلى حد ما	24	12
غير ضار	15	7.5
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى التأثير الضار لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين (ضار جدًا) في الترتيب الأول بنسبة ٨٠.٥٪، وفي الترتيب الثاني (ضار إلى حد ما) بنسبة ١٢٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (غير ضار) بنسبة ٧.٥٪.

١٥ - التأثيرات الناتجة عن متابعة تطبيق التيك توك:

جدول (٣١)

التأثيرات الناتجة عن متابعة تطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين

الاتجاه العام	المعيار	المتوسط المرجح	ضعيف		متوسط		قوي		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
قوي	.515	2.71	3.0	6	22.5	45	74.5	149	أشعر بالاضطراب لو تعطل دخولي إلي التطبيق
قوي	.655	2.55	9.0	18	27.0	54	64.0	128	تحفزني على الدخول في المنافسة
قوي	.727	2.43	14.0	28	28.5	57	57.5	115	أردد الأغاني التي أسمعها واستخدام ألفاظ متداولة
متوسط	.746	2.31	17.0	34	35.0	70	48.0	96	تثير لدي الرغبة في تجربة ما أشاهده
متوسط	.830	2.29	24.0	48	23.0	46	53.0	106	أدمن الصور الإباحية والفيديوهات الخارجة عن الآداب العامة
متوسط	.853	2.02	35.0	70	27.5	55	37.5	75	تجعلني أكثر عنفاً
متوسط	.851	2.00	36.0	72	28.0	56	36.0	72	أقضي وقتاً طويلاً مع التطبيق أكثر مما أقضيه مع الأسرة
متوسط	.806	1.85	41.0	82	33.0	66	26.0	52	تجعلني أتنمر على البعض من أجل مواكبة التعليقات
متوسط			2.271	المتوسط المرجح للمقياس				200	جملة من سئلو

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (أشعر بالاضطراب لو تعطل دخولي إلى التطبيق) جاءت في مقدمة عبارات مقياس التأثيرات الناتجة عن متابعة موقع التيك توك من وجهة نظر المراهقين بمتوسط مرجح ٢.٧١، ثم ("تحفزني على الدخول في المنافسة") في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٥٥، ثم جاء (أردد الأغاني التي أسمعها واستخدام الفاظ المتداولة) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٤٣، ثم في المرتبة الرابعة (تثير لدي الرغبة في تجربة ما أشاهده) بمتوسط مرجح ٢.٣١، ثم في المرتبة الخامسة (أدمن الصور الإباحية والفيديوهات الخارجة عن الآداب العامة) بمتوسط مرجح ٢.٢٩، ثم (تجعلني أكثر عنفاً) في المرتبة السادسة بمتوسط مرجح ٢.٠٢، ثم (أقضي وقتاً طويلاً مع التطبيق أكثر مما أقضيه مع الأسرة) في المرتبة السابعة بمتوسط مرجح ٢.٠٠، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاء (تجعلني أتنمر على البعض من أجل مواكبة التعليقات) بمتوسط مرجح ١.٨٥.

وجاء المتوسط المرجح لعبارات المقياس بالكامل ٢.٢٧١ وهو ما يعادل اتجاه متوسط على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى أن مستوى التأثيرات الناتجة عن متابعة تطبيق التيك توك متوسطة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (مصطفى، ٢٠١٦م - ص ٢٦٨) والتي تؤكد على أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً واضحاً في تشكيل قيم واتجاهات الشباب بنسبة ١٠٠٪.

١٦- تأثير المحتوى الغير مرغوب ب تطبيق التيك توك على المراهقين:

جدول (٣٢)

تأثير المحتوى الغير مرغوب فيه بتطبيق التيك توك على المراهقين أنفسهم

تأثير المحتوى الغير مرغوب على المراهقين	ك	%
ليس له تأثير	109	54.5
تأثير ضعيف	66	33
تأثير قوي	25	12.5
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى تأثير المحتوى الغير مرغوب لتطبيق التيك توك على المراهقين (ليس له تأثير) في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٥٪، وفي الترتيب الثاني (تأثير ضعيف) بنسبة ٣٣٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (تأثير قوي) بنسبة ١٢.٥٪.

جدول (٣٣)

تأثير المحتوى الغير مرغوب بتطبيق التيك توك على الأصدقاء من وجهة نظر المراهقين

تأثير المحتوى الغير مرغوب على الأصدقاء	ك	%
تأثير قوي	95	47.5
تأثير ضعيف	67	33.5
ليس له تأثير	38	19.0
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى تأثير المحتوى الغير مرغوب لتطبيق التيك توك على الأصدقاء من وجهة نظر المراهقين (تأثير قوي) في الترتيب الأول بنسبة ٤٧.٥٪، وفي الترتيب الثاني (تأثير ضعيف) بنسبة ٣٣.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (ليس له تأثير) بنسبة ١٩٪.

جدول (٣٤)

تأثير المحتوى الغير مرغوب بتطبيق التيك توك على الآخرين من وجهة نظر المراهقين

تأثير المحتوى الغير مرغوب على الآخرين	ك	%
تأثير قوي	165	82.5
تأثير ضعيف	23	11.5
ليس له تأثير	12	6.0
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى تأثير المحتوى الغير مرغوب لتطبيق التيك توك على الأصدقاء من وجهة نظر المراهقين (تأثير قوي) في الترتيب الأول بنسبة ٨٢.٥٪، وفي الترتيب الثاني (تأثير ضعيف) بنسبة ١١.٥٪، وفي الترتيب الثالث والآخر (ليس له تأثير) بنسبة ٦٪. وبمقارنة نتائج جداول تأثير المراهقين وتقديرات تأثير أصدقائهم والآخرين بالمحتوى الغير مرغوب فيه نجد أنهم أدركوا أن هذا المحتوى غير مقبول اجتماعياً، وجاءت إجاباتهم داعمة للمسافة الاجتماعية في تأثير الشخص الثالث وأن التأثير يحدث نتيجة للمازجة بين المبالغة والتقليل بالتأثير على الذات والآخرين.

وتتفق النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (بشار عبد الرحمن، ٢٠١٧، ص ٢٤٤) حيث توصلت إلى أن المبحوثين يعتقدون بأن الآخرين أكثر عرضة للمخاطر الأخلاقية في موقع فيس بوك. وهي نتيجة طبيعية لأن الفرد عادة ما ينفي تأثره بأي سلوك سلبي يقلل من تقدير الآخرين له في حين يبالغ في تقديره لإحداث التأثير السلبي علي الآخرين.

١٧ - مستوى قبول المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك:

جدول (٣٥)

مستوى قبول المراهقين لفرض رقابة على موقع التيك توك

فرض الرقابة	ك	%
موافق إلى درجة كبيرة	108	54.0
موافق إلى حد ما	60	30.0
غير موافق على الإطلاق	32	16.0
الاجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى قبول المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك على المراهقين (موافق إلى درجة كبيرة) في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٥٪، وفي الترتيب الثاني (موافق إلى حد ما) بنسبة ٣٠٪، وفي الترتيب الثالث والآخر (غير موافق على الإطلاق) بنسبة ١٦٪.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة في ظل ارتفاع نسب قبول فرض الرقابة إلى رؤية المبحوثين في ضوء نظرية تأثيرية الآخرين إلى اتخاذ إجراءات وقائية لحماية الآخرين من تأثيرات محتوى التيك توك واتباع إجراءات وقائية في ضوء مفهوم الوالدية أو الأسلوب الأبوي الذي يفترض أن هذه الإجراءات هي إجراءات تصحيحية لحماية الآخرين من مخاطر التيك توك.

١٨- فاعلية الإرشاد التربوي في نشر الرقابة الذاتية من أجل الاستخدام الآمن لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين:

جدول (٣٦)

دور الإرشاد التربوي في نشر الرقابة الذاتية من أجل الاستخدام الآمن لتطبيق التيك توك من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة

فاعلية الإرشاد التربوي في نشر الرقابة الذاتية	ك	%
موافق إلى درجة كبيرة	136	68
موافق إلى حد ما	41	20.5
غير موافق على الإطلاق	23	11.5
الإجمالي	200	100

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المراهقين عينة الدراسة على فاعلية الإرشاد التربوي في نشر الرقابة الذاتية من أجل الاستخدام الآمن لتطبيق التيك توك (موافق إلى درجة كبيرة) في الترتيب الأول بنسبة ٦٨٪، وفي الترتيب الثاني (موافق إلى حد ما) بنسبة ٢٠.٥٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (غير موافق على الإطلاق) بنسبة ١١.٥٪، ويمكن تفسير ارتفاع نسب قبول الإرشاد التربوي كوسيلة لدعم الرقابة الذاتية للفرد إلى كونها رقابة ذاتية بعيدة عن المنع أو تدخل الآباء الذي يرفضه المراهقون في هذه المرحلة، حيث يسعى لتحقيق استقلالية الشخصية كما يرفض فكرة حجب ومنع استخدام تلك التطبيقات التي تحظى بتفضيل خاص لهم.

١٩ - أشكال الرقابة التي يوافق المراهقون على فرضها من أجل تحقيق الاستخدام الآمن:

جدول (٣٧)

أشكال الرقابة التي يوافق المراهقون على فرضها من أجل تحقيق الاستخدام الآمن

الاتجاه العام	المعيار	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	.663	2.46	9.5	19	35.0	70	55.5	111	إصدار الفتاوى الدينية التي تحذر من مخاطر تلك التطبيقات
موافق	.676	2.43	10.5	21	35.5	71	54.0	108	ضرورة وجود إرشاد تربوي لاستخدام آمن من قبل أخصائي الإعلام بالمدارس
موافق	.663	2.35	10.5	21	44.0	88	45.5	91	فرض رقابة أسرية
محايد	.845	2.17	28.5	57	26.0	52	45.5	91	حجب الحكومة للتطبيق التيك توك
متوسط			2.353	المتوسط المرجح للمقياس			200	جملة من سئولا	

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (إصدار الفتاوى الدينية التي تحذر من استخدام تلك التطبيقات) في مقدمة أشكال الرقابة التي يوافق المراهقون على فرضها لتحقيق الاستخدام الآمن لتطبيق التيك توك بمتوسط مرجح ٢.٤٦، ثم (فرض رقابة أسرية) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤٣، ثم جاء (ضرورة وجود إرشاد تربوي لاستخدام آمن من قبل أخصائي الإعلام بالمدارس) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٣٥، ثم في المرتبة الرابعة (حجب الحكومة لتطبيق التيك توك) بمتوسط مرجح ٢.١٧. وجاء المتوسط المرجح لعبارات المقياس بالكامل ٢.٣٥٣ وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى أن مستوى الموافقة المرتفعة لفرض أشكال الرقابة المختلفة على تطبيق التيك توك لتحقيق الاستخدام الآمن.

ومما سبق نلاحظ أن الاختيار الأول والثاني يدعم فكرة الرقابة الذاتية سواءً من خلال نشر الوعي الديني أو الإرشاد التربوي للاستخدام الآمن للوسيلة الإعلامية، ويهدف هذا النمط للإتاحة مع وضع ضوابط وقيود تنظم الاستخدامات، في حين جاءت الرقابة الأسرية في ترتيب متأخر وهي نتيجة طبيعية لسيكولوجية المراهق الذي عادة ما يميل للتمرد على الأوامر الأسرية، وجاء منع أو حجب الدولة للمحتوى الغير مرغوب فيه في المرتبة الأخيرة مما يعكس رغبة المراهقين في استمرار التطبيق لأنه يعلم أن العصر الحالي لا رقابة فيه على الميديا الجديدة.

٢٠- اتجاهات المبحوثين نحو دور الإرشاد التربوي لاستخدام آمن لتطبيق التيك توك:

جدول (٣٨)

اتجاهات المبحوثين نحو دور الإرشاد التربوي لاستخدام آمن لتطبيق التيك توك

الاتجاه العام	المعيار	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	.656	2.54	18.0	36	28.0	56	63.0	126	له تأثير إيجابي ودور واضح في التوعية باستخدام الآمن لتطبيق التيك توك
موافق	.705	2.43	12.5	25	32.0	64	55.5	111	الإرشاد التربوي يساعد على دعم قيم مجتمعنا وعاداتنا وتقاليدينا
موافق	.746	2.43	15.5	31	26.0	52	58.5	117	ساعدنا في الحد من التعرض للمحتوى غير المرغوب فيه
محايد	.756	2.30	47.0	94	22.5	45	30.5	61	ليس له تأثير في استخداماتنا
محايد	.773	2.29	19.5	39	32.0	64	48.5	97	يقدم توجيهات نظرية مفيدة وقريبة من الواقع
متوسط			2.298		المتوسط المرجح للمقياس		200		جملة من سؤلوا

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات المراهقين عينة الدراسة لاتجاهاتهم نحو دور الإرشاد التربوي لاستخدام آمن لموقع التيك توك في الترتيب الأول عبارة (له تأثير إيجابي ودور واضح في التوعية باستخدام الآمن لتطبيق التيك توك) بمتوسط مرجح ٢.٥٤، ثم (الإرشاد التربوي يساعد على دعم قيم مجتمعنا وعاداتنا وتقاليدينا)، و(يساعدنا في الحد من التعرض للمحتوى غير المرغوب) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤٣، ثم جاء (يقدم توجيهات نظرية مفيدة وقريبة من الواقع) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٣٠، ثم في المرتبة الرابعة (ليس له تأثير في استخداماتنا) بمتوسط مرجح ٢.٢٩.

وجاء المتوسط المرجح لعبارات المقياس بالكامل ٢.٣٩٨ وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى اتجاه المراهقين الإيجابي نحو تفعيل دور الإرشاد التربوي لتحقيق الاستخدام الآمن لتطبيق التيك توك.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: "توجد فروق دالة إحصائية في إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك على أنفسهم من ناحية وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين من ناحية أخرى"

جدول (٣٩)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في متوسطات إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين

المتغيرات	إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
على أنفسهم	200	1.5700	.74016	-8.128	199	0.01
على أصدقائهم	200	2.2900	.75415			
على أنفسهم	200	1.5700	.74016	-15.104	199	0.01
على الآخرين	200	2.7450	.56708			
على أصدقائهم	200	2.2900	.75415	-7.277	199	0.01
على الآخرين	200	2.7450	.56708			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق دالة إحصائية في متوسطات إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أنفسهم وعلى أصدقائهم، حيث بلغت قيمة "ت" (-٨.١٢٨)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح أصدقائهم.

كما تشير النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية في متوسطات إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أنفسهم وعلى الآخرين، حيث بلغت قيمة "ت" (-١٥.١٠٤)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح الآخرين.

كما تؤكد النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية في متوسطات إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أصدقائهم وعلى الآخرين، حيث بلغت قيمة "ت" (-٧.٢٧٧) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح الآخرين.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الأول القائل بوجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك على أنفسهم من ناحية وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين من ناحية أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه كل من (صالح، ٢٠١٧م، ص ٢٤٠) ودراسة (البطريق، ٢٠١٦م، ص ١٩٩) والتي توصلت لفروق دالة إحصائية في إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى السلبي على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين.

وهذه النتيجة تؤكد صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين والتي يمكن تفسيرها في ضوء التحيز نحو التفاؤل حيث يتنبأ الأشخاص بدرجة أعلى لتأثيرات وسائل الإعلام في الآخرين أكثر من أنفسهم بالنسبة للمحتوى الذي ينتج عنه أضرار.

ومن التفسيرات الأخرى لحدوث الفجوة الإدراكية بين الذات والآخرين فكرة التحيز الخادم للذات، حيث يفترض الأشخاص أن لديهم إدراكاً واعياً للموقف لكنهم يعتبرون الآخرين ساذجين أو قابلين للانخداع، وهو يستخدم بذلك إحدى آليات الدفاع عن الذات من الإحساس بالقابلية للتعرض للخطر وتدعيم لشعورهم بأنهم أقل قابلية للتأثر بالنتائج السلبية مقارنة بالآخرين، وهو ما يجعلهم ينسبون لأنفسهم إدراكاً واعياً لوسائل الإعلام.

الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك باختلاف النوع".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" لقياس الفروق في معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك باختلاف النوع، وذلك كما يلي:

جدول (٤٠)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في معدل الاستخدام باختلاف النوع

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
المتغير	100	1.9474	.80827	100	1.3425	.62847	2.786	198	0.01
معدل الاستخدام									

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق دالة إحصائية في معدل استخدام المراهقين لموقع التيك توك باختلاف النوع لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" (5.758)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

وبذلك فإننا نقبل الفرض الثاني القائل بوجود فروق دالة إحصائية في معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك باختلاف النوع لصالح الذكور.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتيجة تقرير شركة (Sensor tower, 2019) المتخصصة في الهواتف المحمولة والتطبيقات على الإنترنت بأن عدد مستخدمي تلك التطبيقات بين الجنسين بنسبة ٥٦٪ من الذكور مقابل ٤٤٪ من الإناث، كما اتفقت مع ما توصلت إليه دراسة (عبد المعز، ٢٠٢٠م، ص ٣٤٣٦) من تفوق نسبة الذكور عن الإناث في استخدام تطبيقات الفيديو القصير، واختلفت مع ما توصلت إليه دراسة (عز الدين، ٢٠١٩م، ص ٥٥٥) من أن الإناث الأكثر في معدل الاستخدام من الذكور لتطبيقات الأندرويد بنسبة ٨٣٪ عن الذكور. وقد يرجع الاختلاف في النتيجة إلى تعدد التطبيقات وتنوعها، أما الدراسة الحالية فقد تناولت التيك توك نموذجاً للتطبيق.

ويمكن تفسير ارتفاع معدل استخدام الذكور لتطبيق التيك توك إلى أن أغلبية مقاطع التيك توك تعرض أغاني ومقاطع للرقص تكون للجنس الآخر من (الإناث) وهو ما يدفع أغلبية الذكور من المراهقين للاستخدام بمعدل يفوق الإناث.

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين باختلاف النوع". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" لقياس الفروق في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين باختلاف النوع، وذلك كما يلي:

جدول (٤١)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين باختلاف النوع

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
على أنفسهم	100	1.4900	.65897	100	1.6500	.80873	-1.534	198	غير دال
على أصدقائهم	100	2.3000	.79772	100	2.2800	.71181	.187	198	غير دال
على الآخرين	100	2.5300	.61349	100	2.6600	.62312	.139	198	غير دال

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على تطبيق التيك توك على أنفسهم باختلاف النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (-١.٥٣٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك المراهقين

لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أصدقائهم بإختلاف النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.١٨٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على الآخرين بإختلاف النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.١٣٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

وبذلك يتم عدم قبول صحة الفرض الثالث القائل بوجود فروق دالة إحصائياً في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين باختلاف النوع.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (درويش، ٢٠٠٨م، ص ١١٩)^١ حيث لم يثبت تأثير النوع في إدراك المبحوثين لتأثيرات الفيديو كليب السلبية، كما اتفقت مع نتائج كل من دراسة (مصطفي، ٢٠١٨م، ص ٨٩٠) ودراسة (البطريق، ٢٠١٦م، ص ٢٠٠) والتي توصلت كل منهم إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين مساحة الفجوة الإدراكية بين الذات والآخرين وفقاً لمتغير النوع.

وهو ما يعني انتفاء متغير النوع كمتغير مؤثر في إدراك تأثرية الآخرين في هذه الدراسة.

الفرض الرابع: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين، وذلك كما يلي:

جدول (٤٢)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين

معدلات التعرض		مستوى إدراك المراهقين للتأثيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
غير دال	-.064	على أنفسهم
0.05	.140*	على أصدقائهم
0.05	.149*	على الآخرين

^١ عبد الرحيم درويش، مرجع سابق، ص ١١٩.

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباط ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم، حيث بلغت قيمة $r (-0.064)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أصدقائهم، حيث بلغت قيمة $r (0.140^*)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

كما تؤكد نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على الآخرين، حيث بلغت قيمة $r (0.149^*)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

وبذلك يتم قبول الفرض الرابع جزئياً حيث وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أصدقائهم وعلى الآخرين.

واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (صالح، ٢٠١٧م، ص ٢٤١) ودراسة (البطريق، ٢٠١٦م ص ٢٠١).

الفرض الخامس: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة لدى المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا التطبيق على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى الثقة لدى المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين، وذلك كما يلي:

جدول (٤٣)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى الثقة لدى المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا الموقع على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين

مستوى الثقة		مستوى إدراك المراهقين للتأثيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
0.05	-0.174^*	على أنفسهم
0.05	0.175^*	على أصدقائهم
0.01	0.201^{**}	على الآخرين

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دالة إحصائية بين مستوى الثقة لدى المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أنفسهم، حيث بلغت قيمة ر (-0.174) * وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05).

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أصدقائهم، حيث بلغت قيمة ر (0.175) * وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05).

كما تؤكد نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على الآخرين، حيث بلغت قيمة ر (0.201) * وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01).

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الخامس حيث وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الثقة لدى المراهقين فيما يعرض على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا الموقع على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين.

الفرض السادس: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليه".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليه، وذلك كما يلي:

جدول (٤٤)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليه

معدلات التعرض		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
0.01	.842**	فرض الرقابة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليه، حيث بلغت قيمة ر (-0.174) * وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01).

وبذلك يتم قبول صحة الفرض السادس حيث وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومدى تأييدهم لفرض رقابة عليه.

الفرض السابع: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية، وذلك كما يلي:

جدول (٤٥)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أنفسهم وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية

مدى تأييد فرض الرقابة		مستوى إدراك المراهقين للتأثيرات
الدالة	معامل الارتباط	
غير دال	-0.073	على أنفسهم
0.05	0.123*	على أصدقائهم
0.01	0.935**	على الآخرين

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أنفسهم وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية، حيث بلغت قيمة ر ((-0.073. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05)).

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أصدقائهم وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية، حيث بلغت قيمة ر (0.123*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

كما تؤكد نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية، حيث بلغت قيمة ر (0.935*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01).

وبذلك يتم قبول صحة الفرض السابع جزئياً حيث وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات تطبيق التيك توك على أصدقائهم وعلى الآخرين وبين مستوى تأييدهم لفرض إجراءات رقابية للحد من التأثيرات السلبية.

وتدعم النتيجة ثبوت صحة الفرض السلوكي للنظرية الذي يربط بين درجة اعتقاد الأفراد بتأثر الآخرين بالمضامين السلبية ومدى موافقتهم على اتخاذ إجراءات لحماية الآخرين، واتفقت هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات منها دراسة (اللبان؛ فرحات، ٢٠٠٩م) ودراسة (حسن، ٢٠١٥م، ص ٢٩)،

ودراسة (الدهمشي، ٢٠١٧م، ص ٤٨) واختلفت مع ما توصلت إليه دراسة (صالح، ٢٠١٧م، ص ٢٤٦).

ويمكن إرجاع السبب في تأييد وضع الرقابة إلى ما تداوله في الفترة الأخيرة عبر وسائل الإعلام من تجاوزات وما تم عرضه من قضايا والقبض على العديد من الفتيات لارتكابهن أعمالاً تضر بقيم المجتمع واستغلال التطبيق لممارسة الأعمال الغير مشروعة مما جعل الجميع يشعر بخطورة هذا التطبيق وضرورة وضع ضوابط ملائمة لاستخدامه.

الفرض الثامن: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأييد المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك باختلاف النوع".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" لقياس الفروق في مستوى تأييد المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك باختلاف النوع، وذلك كما يلي:

جدول (٤٦)

نتائج اختبار (ت) لقياس الفروق في مستوى تأييد المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك باختلاف النوع

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
مستوى تأييد فرض رقابة	100	2,2400	.83024	100	2.5200	.62732	2.691	198	0.01

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق دالة إحصائية في مستوى تأييد المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك باختلاف النوع لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (2.691)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠١).

وبذلك فإننا نقبل الفرض الثامن القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأييد المراهقين لفرض رقابة على تطبيق التيك توك باختلاف النوع لصالح الإناث.

ويمكن إرجاع السبب في النتيجة إلى أن الفتيات أكثر محافظة على التمسك بقيم وعادات المجتمع.

التعقيب على النتائج:

١- توصلت نتائج الدراسة على المراهقين إلى ارتفاع معدل استخدام المراهقين لتطبيق التيك توك، حيث جاء معدل الاستخدام بشكل (دائم) بنسبة ٥٩٪ وبكثرة في (أيام الإجازات) بنسبة ٤٧٪

و(جميع الأوقات) ٢٦.٥٪؛ مما يدل على أن التطبيق أصبح فاعلاً في حياة الآخرين، وتمثلت أهم أسباب ودوافع المتابعة في (تقديمه لقوالب فكاهية تقلل الشعور بالملل)، يليه دافع (التسلية والترفيه) في الترتيب الثاني، أما أهم التأثيرات الناتجة عن متابعتهم للتيك توك فتمثلت في (شعورهم بالاضطراب لو تعطل دخولهم إلى التطبيق) في الترتيب الأول.

٢- استطاع التيك توك أن يصل إلى المراهقين من (خلال الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بهم) بنسبة ٥٢٪ الخاصة بهم وهو ما يدل على استقطاب التطبيقات لمستخدميها واستغلال مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، يلي ذلك (معرفتهم به من خلال أصدقائهم وأقاربهم) بنسبة ٣٦٪ حيث يفضل المراهق تبادل معلوماته مع أصدقائه حول ما هو جديد من تطبيقات وألعاب إلكترونية وفقاً لخصائص المرحلة العمرية، كما يختار المقاطع التي يفضلها وفقاً (لاختيار وانتقاء قائمة التفضيلات) التي يتيحها الموقع بنسبة ٣١.٥٪، وتعتمد على الذكاء الصناعي في اختيار المزيد من التفضيلات والاهتمامات، كما تمثلت أهم تفضيلاتهم للمواد التي يتابعونها (متابعة مقاطع من أعمال فنية ودرامية بأداء تمثيلي لمستخدمي التطبيق) بنسبة ٢٢.٥٪ يليها (متابعة مقاطع من أعمال درامية ومسرحية) بنسبة ١٩.٨٪، في حين اعتقدوا أن الآخرين أقل وعياً منهم ويفضلون (الترند والأكثر مشاهدة) بنسبة ٢٠.١٪، و(مقاطع غير مرغوب فيها) بنسبة ١٧.٣٪.

٣- وتعددت صور تفاعل المراهقين مع محتوى التيك توك وجاء التفاعل (بالإعجاب) في مقدمة الأشكال بوزن نسبي ٢٥.٦ في حين اعتقدوا أن أصدقائهم يميلون لتفضيل (مشاركة الفيديوهات التي تنال إعجابهم) بوزن نسبي ٢٥.٢، أما الآخرين (يفضلون تنفيذ العديد من الفيديوهات) بوزن نسبي ٢٧.١، كما أكد المراهقون على عدم ممارستهم للتحديات الخطرة بنسبة ٦٩.٥٪، في حين مارس هذه التحديات ٣٠.٥٪، وبالرغم من ضعف النسبة إلا أنها تمثل خطورة في مرحلة عمرية تميل للتقليد ومحاكاة كل جديد خاصة لو اتسم بالتحدي.

٤- أما عن تعرض المراهقين للمحتوى الغير مرغوب فيه على أنفسهم وأصدقائهم فقد تمثل بأنه يتم بشكل (دائم) و(غير مقصود) في حين جاء تعرض الآخرين لهذا المحتوى بشكل (دائم) و(مقصود) وهو ما يدعم فرضية نظرية تأثيرية الآخرين والمسافة الاجتماعية، وتمثل أهم مظاهر المحتوى الغير مرغوب فيه على التيك توك في (إظهار البيوت كصالات للرقص وانتهاك خصوصية الحياة) يليه (استعراض الملابس العارية الخارجة عن الآداب العامة).

٥- وبالرغم من أن المراهقين أكدوا على أنهم (راضين إلى حد ما) بنسبة ٤٢٪ على تطبيق التيك توك إلا أنهم أكدوا أن له تأثيراً (ضاراً جداً) على مستخدميهم بنسبة ٨٠.٥٪، كما أكدوا أنه (ليس له تأثير على أنفسهم) بنسبة ٥٤.٥٪، في حين أنهم أعطوا (تأثيراً قوياً) على كل من أصدقائهم والآخرين، وهو ما يدعم الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين.

٦- كما أبدى المراهقون موافقتهم على فرض رقابة (بدرجة كبيرة) بنسبة ٥٤٪ لحماية الآخرين من مخاطر المحتوى الغير مرغوب فيه، وتمثلت اختياراتهم لأهم أشكال الرقابة في (إصدار الفتاوى الدينية التي تحذر من مخاطر تلك المواقع) في الترتيب الأول يليها (الإرشاد التربوي لأخصائي الإعلام بالمدارس من أجل استخدام آمن)، في حين تراجعت اختيارات (حجب الحكومة للتطبيق)، وهو ما يؤكد رغبة المراهقين في استمرار التطبيق، وهو ما يدعم الفرض السلوكي في نظرية تأثيرية الآخرين.

التوصيات:

- ١- الاهتمام بتفعيل التربية الإعلامية في المدارس من خلال وضع برامج إرشادية للتعامل مع تطبيقات الهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي بهدف دعم الثقافة الرقمية وتجنب مخاطرها.
- ٢- ضرورة إجراء بحوث علمية أكاديمية في مجال الإعلام الجديد لدراسة تأثيرات تلك التطبيقات على فئات المجتمع، وتسليط الضوء على ما تتضمنه من أيديولوجيات دخيلة على مجتمعنا.
- ٣- الاستفادة من إمكانات تلك التطبيقات بعمل حملات إعلامية هادفة في مختلف المجالات للنهوض بمجتمعاتنا العربية.
- ٤- توجيه المؤسسات الإعلامية المصرية إلى توظيف إمكانات التطبيق في تقديم محتوى هادف يتلاءم مع طبيعة التطبيق ومستخدميه.
- ٥- المزيد من إجراء البحوث والدراسات حول الكشف عن تأثيرات استخدامات المراهقين لهذه التطبيقات وعلاقتها بالصحة النفسية لديهم.
- ٦- الاهتمام باتخاذ الإجراءات القانونية من قبل الجهات الرقابية بملاحقة الخارجين من مستخدمي هذه التطبيقات.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

- ١- البطريق، غادة (٢٠١٦م). تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية "دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع (١٣).
- ٢- الأشرم، رضا (٢٠١٥م) التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لتطبيقات والاشكالات المنهجية، مؤتمر التواصل الاجتماعي، كلية الاعلام والاتصال، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، ١٠ مج (١).
- ٣- العوادية، أشرف؛ عوني، خالد (٢٠١٩م). القيم المتضمنة في تطبيق TikTok في ظل نظرية الحتمية التكنولوجية (دراسة تحليلية لعينة من فيديو لمستخدمين الجزائريين، مجلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر.
- ٤- الكحكي، عزة (٢٠٠٧م). إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو القنوات الفضائية ذات المضامين الروحانية والغيبية: دراسة في تأثير الشخص الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع (٢٧).

- ٥- درويش، شريف؛ فرحات، دينا (٢٠٠٩م) المخاطر المتعلقة بالإباحية الإلكترونية على الشباب المصري وآليات مكافحتها "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، المؤتمر العلمي الاول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٦- درويش، عبد الرحيم (٢٠٠٨م) أنماط مشاهدة الجمهور لأعاني الفيديو كليب وإدراك تأثيرها على الآخرين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، ع (٣٢).
- ٧- سالم، انتصار (٢٠١٥م). إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض الرقابة على الإنترنت: دراسة ميدانية في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، ع (٥١).
- ٨- سماح، جعود (٢٠٢٠م). استخدام الأطفال في موقع التيك توك بالجزائر "دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق، **مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين**، ع (١١).
- ٩- صابر، مصطفى (٢٠١٠م). تعرض المراهقين للدراما الأجنبية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، **مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مج ١٣، ع ٤٩**.
- ١٠- صالح، سهير (٢٠١٧م). تعرض الشباب المصري للمواقع الإباحية على شبكة الإنترنت: دراسة في نظرية تأثير الشخص الثالث، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام**، ع (١١).
- ١١- عبد الرحمن، بشار (٢٠١٧م). علاقة الشباب الجامعي اليمني والإماراتي بموقع فيس بوك، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، ع (٥٩).
- ١٢- عبد المجيد، همت (٢٠٠٧م) الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع (٢٨).
- ١٣- عبد المعز، هشام (٢٠٢٠م) استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر**، ع (٥٤)، ج (٥).
- ١٤- عز الدين، سمر (٢٠١٩م) أثر تعرض الشباب لتطبيقات الاندرويد وتأثيرها على هويتهم الثقافية المصرية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع (٢٧).
- ١٥- عز الدين، شيماء (٢٠٢٠م). أساليب التسويق بالفيديو القصير "دراسة استكشافية على تطبيق التيك توك في مصر"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، ع (٢٧).
- ١٦- عمارة، نائلة (٢٠٠٥م). الأغاني التليفزيونية المصورة (الفيديو كليب) ونظرية تأثير الشخص الثالث، دراسة تطبيقية على عينة من الجمهور المصري، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر**، ع (٢٤).
- ١٧- فتحي، محمد؛ عبد الغفار، محمد (٢٠٢٠م). سمات المحتوى الإعلامي على تطبيق التيك توك دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر**، ع (٥٤)، ج (٣).
- ١٨- مصطفى، أسماء (٢٠١٦م). استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على تشكيل قيم الشباب الجامعي، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، العدد (٨).
- ١٩- مصطفى، ميرال (٢٠٠٨م). علاقة برامج الرأي التليفزيونية بالاستقطاب السياسي لدى الجمهور المصري " في إطار فرضية الشخص الثالث"، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر**، ع (٥٠)، ج (٢).
- ٢٠- منصور، أيمن (٢٠٠٢م). نظرية تأثيرية الآخرين في دراسات الرأي العام "أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها في المجتمع المصري، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، ع (١٥).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Aldahmashi, Falah (2017). The perception of Saudi youth regarding the dangers of exposure to the content of pornography on the internet: Afield study. **American international journal of contemporary research**, vol (7), no. (1).

- 2- Antonopoulos, Nikos; Veglis, Andreas; At all (2015). Web Third- Person effect in structural aspects of the information on media websites, **computers in Human Behavior**, vol (44).
- 3- Chen, Gina (2016) Third Person perception of online comments, **computers in Human Behavior**, vol (55).
- 4- Cohn, j; Davis, R. G, (1991) Third Person effect and the differential impact in Negative political advertising, **journalism quarterly**, vol (66).
- 5- Davison, Philips (1983). The Third Person effect in, communication **public opinion Quarterly**- sparing, vol (47).
- 6- Dohle, Marco; Bernhard, Uli (2014). presumed onetime media Influence and support for censorship: Results from survey among parliamentarians, public **opinion research**.
- 7- Duck, Julie; Mullin, Barbara, (1995). The Perceived Impact of mass media: Reconsidering the Third Person effect, European **Journal of social psychology**, vol (25).
- 8- Dupagne, Michel; Others (1999). Impact of Question order on, Third Person effect, **International Journal of public opinion Research**, vol (11), no (4).
- 9- Golan, Guy (2016) Third person effect of ISIS recruitment propaganda, **International Journal of communication**, vol (10).
- 10- Horens, Evra; Ruiter, Suzanne (1996). The Impact Phenomenon: Beyond the Third Person effect, European **Journalism of social psychology**, vol (26).
- 11- Jennifer, B; Gilkins, a (2007) Question order effects and the Third person perceptions **International Journal of public opinion research** vol (11), no (1).
- 12- Kamal, Anila (2014) The development of Third Person effect question naire and media exposure list in local and foreign electronic enter trainmen media, **Pakistan journal of psychological research** vol29, No (1).
- 13- Livingston, Sonia; Baber, Magdalena (2005). UK children Go online: **final report of key project findings**, London School of Economics and political science London, Uk,2005, pp1:399.
- 14- Mark, R (2003). jostym, the Lewinsky affair: Third Person Judgments lay scandal frame, **political psychology**, vol (24).
- 15- Omar, B; Dequan, W (2020). Watch, share or create: The Influence of personality traits and User Motivation TikTok Mobile Video Usage. **Interactive mobile technologies (IJIM)**, Vol (14).
- 16- Paradise, Angela (2012). Invisible Threats? The Third person effect in perceptions of the influence of face book, cyber psychology, **Behavior and Social Networking**, vol (15) No (1).
- 17- Perloff, Richard M (1993)., Third Person effect research 1983-1992: A Review and synthesis, **International Journal of public opinion Research** vol (5), no (2).

- 18- Price, V; Huang, L; Teuksbury, D (1997) Third Person effect of News Coverage: orientation toward media, **journalism and mass communication Quarterly**, vol (97), NO (3).
- 19- Salween M, (1998). Perception of Media Influence and support of censorship, third person effect the 1996 presidential Election, **communication Research**, 1998, vol (25).
- 20- Schweisberger, Valarie; Billinson, Jennifer; Mekanachock, T (2014). Facebook The Third Person Effect, and the differential Impact Hypothesis, **Journal of computer-mediated communication**, vol (19).
- 21- Tiedge, James; et al (1991), Discrepancy Between perceived first person and perceived third person mass media effects, **journalism Quarterly**, vol (86).
- 22- Tsay, Mina (2016). Me Versus Them: person effect among face book users, **New Media and Society**, vol (18), No (9), 2016.
- 23- Wang, y (2020). Influence of camera view on Tiktok Users, presence, immersion and adoption intent. **Computers in Human Behavior**.
- 24- Xiao, Y; Wang, L.; Wang, p (2019). research on the influence of content features of short video marketing on consumer purchase intentions, **Advanced in social science, education and Humanities Research**, vol (351), 4th international conference on modern management, Education Technology and social science (MMETSS).
- 25- Zhang, X; Wu, Y.&Liu, S (2019). Exploring short- form video application addiction: socio – technical and attachment perspectives. **telematics and informatics**, vol (42).
- 26- Zuo, Hui; et.al, (2019) Analysis of tiktok User Behavior from the perspective of popular culture, **frontiers in art research**, vol (1), issue (3).

ثالثاً: مواقع الإنترنت

- ١- لمين، محمد؛ بوزيد، فائزة (٢٠١٨م). آليات تلقي الميديا الجديدة بمنظور الشخص الثالث، مجلة علوم الاعلام والاتصال، العدد (٢).

[http :/ www.diraset.com](http://www.diraset.com)

- 2- bresnick, Ethan (2020) intensified play: cinematic study of tiktok mobile app, 2020 <http://bit.ly/38ytrLm>.

- ٣- الموقع الرسمي لتطبيق التيك توك <https://tiktok.com>

- ٤- اندماج شركة ميوزيكل مع شركة <https://www.businessinsider.com/social-video-app-musically-acquired-for-up-to-1-billion-2017-11>

- ٥- إغلاق تطبيق ميوزيكل وترحيل المستخدمين إلى تطبيق تيك توك، موقع ميوزيكل، <https://beebom.com/musical-ly-app-to-be-shut-down-users-will-be-migrated-to-tiktok/>

- ٦- المصريون والتيك توك <http://www.statista.com/topics/1164/social/networks>

٧- ارتفاع مؤشرات استخدام خدمات الاتصالات خلال شهري مارس -إبريل ٢٠٢٠م، الموقع الرسمي للجهاز القومي لتنظيم للاتصالات، تقرير شهري مارس وإبريل ٢٠٢٠م.

<http://tra.gov.eg/ar/media-center>

٨- مؤشرات استخدام خدمات وتطبيقات الإنترنت خلال ٦٠ دقيقة في موسم صيف ٢٠٢٠م بجمهورية مصر العربية، الموقع الرسمي للجهاز القومي لتنظيم للاتصالات

<https://tra.gov.eg/ar/media-center/news>

٩- البهي، رعدة (٢٠٢٠م) الترفيه الخطر "الأثار الاجتماعية والاقتصادية المزدوجة لتطبيق التيك توك"، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة

[https://futureuae.com/ar-AE / Main page/Item/5590](https://futureuae.com/ar-AE/Main%20page/Item/5590)

١٠- حظر تطبيق التيك توك المملوك للصين وفق إرشادات البنتاجون، الموقع الرسمي للجيش الأمريكي
[http:// www.military.com /daily-news/2019/12/30/army-follows-pentagon-guidancebans-chinese-owned-tiktok-app.html](http://www.military.com/daily-news/2019/12/30/army-follows-pentagon-guidancebans-chinese-owned-tiktok-app.html)

١١- تطبيقات الهواتف الذكية

<https://sensortower.com/>

Impact of the Unsolicited Tiktok Content on Teenagers and its relationship to Educational Counseling towards Safe Use

Dr. Walaa Mohamed Elnaghi

walaaelnaghi2014@gmail.com

Assistant Professor of Educational Media,

Department of Educational Media,

Faculty of Specific Education

Port Said University

Abstract

The study aims to identify the extent of impact of the unsolicited Tiktok content on teenagers and its relationship to educational counseling towards safe use according to (third person effect model).

This study belongs to the descriptive studies, the researcher applied the sample survey method, and a questionnaire tool was also used to collect data from the sample which reached 200 respondents.

The sample was chosen by intentional method from teenagers that using the application.

The study reached several results, the most important of which are:

- 1- There are statistically significant differences in teenagers' perception of effects of the unsolicited Tiktok content on themselves, on their friends and on others.
- 2- There are no statistically significant differences in teenagers' perception of effects of the unsolicited Tiktok content on themselves, on their friends and on others according to gender.
- 3- There is a statistically significant correlation between teenagers' exposure to the unsolicited Tiktok content and their level of perception of effects of this content on themselves, on their friends and on others
- 4- There is a statistically significant correlation between teenagers' perception level of effects of the unsolicited Tiktok content on themselves, on their friends and on others and the level of their agreement to impose control measures to reduce negative effects.

The study recommended necessity of conducting more media studies about Tiktok application and its societal effects.

Keywords: Unsolicited Tiktok - Teenagers - Educational Counseling - Safe Use.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager
Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jpr.egpa.org.eg

Email: jpr@egpa.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

**English Researches:**

- **Dr. Samar Ismail Hafiz Shunnar** - *An-Najah National University*
Palestinians in the American Press: A Comparative Study 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Ahmed Mohamed Khatab** - *Cairo University*
Social determinants of the quality of brand relationships from the perspective of integrated marketing communications 56
- **Associate Prof. Dr. Gehan S. Yahya** - *Arab Academy for Science Technology & Maritime Transport*
Attitudes of Egyptian Tweeters towards Education Issues in light of the Coronavirus Pandemic: Twitter Network Analysis 57
- **Associate Prof. Dr. Khulood A Milyani** - *King Abdulaziz University*
Bashayer A Aljuaid - *King Abdulaziz University*
Public's Attitudes towards the Promotional Messages via Twitter and their Role in Shaping the Image of Economic Airlines 58
- **Dr. Mo'men Gabr Abd ElShafy Mohamed** - *Ain Shams University*
Abuses in children's videos on YouTube and their Relationship to attitudes of the Egyptian Experts towards Ethics of their publication 59
- **Dr. Doaa Abdelhakam Abdellatif El-Saeedy** - *Al-Azhar University*
Performance of the Egyptian Press during the Coronavirus (Covid Pandemic-19), under Microscope of the Press and Media Experts: An Evaluation Study 61
- **Dr. Esraa Saber Abdel Rahman** - *Sohag University*
Reality of the Using Digital Technology in the Egyptian Newspapers: A Study of Development Trends and Transformation Problematics 63
- **Dr. Marwa Abdel-Latif Mohamed** - *Ain Shams University*
Role of the Communication Activities Directed at Children with Disabilities in Raising Awareness of the Coronavirus "Covid-19": A Case Study of the Special Needs Care Center at Ain Shams University 65
- **Dr. Walaa Mohamed Elnaghi** - *Port Said University*
Impact of the Unsolicited Tiktok Content on Teenagers and its relationship to Educational Counseling towards Safe Use 67
- **Dr. Ammar Mohammed Abdul Amir Mohammed** - *Baghdad University*
Effectiveness of the Arab Communications in facing the Security Challenges 68